



**Уральский
федеральный
университет**

имени первого Президента
России Б.Н. Ельцина

**Высшая школа
экономики
и менеджмента**

**И. В. КОТЛЯРЕВСКАЯ
М. А. ИЛЫШЕВА
Н. Ф. ОДИНЦОВА**

ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ПРАКТИК

Учебное пособие

Министерство образования и науки Российской Федерации
Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина

И. В. Котляревская, М. А. Илышева, Н. Ф. Одинцова

ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ПРАКТИК

*Рекомендовано методическим советом УрФУ
в качестве учебно-методического пособия
для студентов, обучающихся по направлению 080200 «Менеджмент»
по профилям «Маркетинг» и «Управление проектами»*

Екатеринбург
Издательство Уральского университета
2014

УДК 005.8(075.8)
ББК 65.291.217я73
О-64

Авторы: И. В. Котляревская, М. А. Илышева, Н. Ф. Одинцова

Рецензенты: кафедра «Экономика и финансы предприятий», Волгоградский государственный технический университет (завкафедрой д-р экон. наук, проф., академик РАЕН С. П. Сазонов);

канд. экон. наук, проф. Т. Б. Минина (кафедра маркетинга и международного менеджмента Уральского государственного экономического университета)

О-64 Организация и проведение практик : учебно-методическое пособие / сост. И. В. Котляревская, М. А. Илышева, Н. Ф. Одинцова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. – 92 с.

ISBN 978-5-7996-1091-3

Практика организуется и проводится в соответствии с программой, построенной на основе студентоцентрированного, практикоориентированного, компетентностного подхода, в соответствии с ФГОС ВПО III поколения, по направлению подготовки 080200 «Менеджмент». Программа формирует механизм согласования потребностей работодателей и образовательной системы ВУЗа в подготовке бакалавров менеджмента, разрабатывает формы участия предприятий в образовательном процессе. Программа является нормативным документом, определяющим цели и виды, продолжительность, организацию и содержание практик, а также рекомендации к их прохождению, включающие в себя формируемые общекультурные и профессиональные компетенции.

Табл. 21. Прил. 18.

УДК 005.8(075.8)
ББК 65.291.217я73

Подготовлено кафедрой маркетинга

ISBN 978-5-7996-1091-3

© Уральский федеральный
университет, 2014

Оглавление

1. Организация практик	4
1.1. Общие положения	4
1.2. Цель и виды практик.....	5
1.3. Требования к организации практик	6
1.4. Порядок осуществления контроля над прохождением практики	9
2. Учебная практика	10
2.1. Предварительный этап учебной практики.....	11
2.2. Основной этап учебной практики	13
3. Производственная практика	18
4. Преддипломная практика	25
4.1. Преддипломная практика для студентов профиля «Маркетинг».....	26
4.2. Преддипломная практика для студентов профиля «Управление проектами»	33
Приложение 1	42
Приложение 2	43
Приложение 3	45
Приложение 4	48
Приложение 5	49
Приложение 6	50
Приложение 7	53
Приложение 8	58
Приложение 9	59
Приложение 10	60
Приложение 11	61
Приложение 12	65
Приложение 13	71
Приложение 14	75
Приложение 15	79
Приложение 16	81
Приложение 17	84
Приложение 18	86

1. Организация практики

1.1. Общие положения

Сквозная программа практик для бакалавров направления 080200 «Менеджмент» ориентирована на подготовку востребованных кадров с высоким уровнем профессиональной культуры, способных участвовать в эффективном преобразовании общества и экономики по приоритетным направлениям развития науки и техники, а также предоставить контрактные, консалтинговые, инжиниринговые, торговые и другие услуги.

Динамика развития экономики региона в таких областях, как инфраструктура г. Екатеринбурга и Свердловской области, система трансфера знаний, коммерциализация инновационной деятельности, требует подготовки профессионалов, способных понимать интересы и возможности различных субъектов рынка, умеющих трансформировать собственные интересы и цели в стратегию развития организации и региона. Модернизированная программа производственной практики формирует механизм согласования потребностей работодателя и образовательной системы вуза при подготовке бакалавров менеджмента, а также разрабатывает формы участия предприятий в образовательном процессе.

Настоящая программа устанавливает требования к организации и порядку проведения всех видов практик бакалавров направления 080200 «Менеджмент», профили «Маркетинг» и «Управление проектами».

Учебная и производственные практики понимаются как вид учебных занятий, ориентированных непосредственно на профессионально-практическую подготовку обучающихся по направлению 080200 «Менеджмент» (квалификация (степень) «бакалавр») в соответствии с ФГОС ВПО третьего поколения.

Согласно Положению об организации практики УГТУ-УПИ СМИК – Д, П-7,5 А6-01-2007 (пункт 4.3.1.), учебная и производственная практики могут осуществляться как непрерывным циклом, так и путем чередования с теоретическими занятиями по дням (неделям) при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

И учебная, и производственная практика студентов, обучающихся по направлению «Менеджмент» (профили «Маркетинг»,

«Управление проектами»), проходит в два этапа: предварительный и основной. Предварительный этап проводится в рамках практических занятий дисциплин гуманитарного, социального, экономического и профессионального циклов и нацелен на подготовку к самостоятельному прохождению основного этапа практики во время, установленное графиком учебного процесса. Задания предварительного этапа практики разрабатываются преподавателями соответствующих дисциплин совместно с руководителем практики от кафедры.

В современных условиях очевидна необходимость управления предприятием с ориентацией на требования рынка. Маркетинг становится основной концепцией управления в конкурентной среде. Для подготовки специалистов необходимо формирование навыков принятия управленческих решений, основанных на знании методологии и методики маркетинга и конкретизации условий их применения в рамках действующего предприятия.

Практики могут проводиться в сторонних организациях или в структурных подразделениях вуза, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

Аттестация по итогам практик производится в виде защиты обучающимися индивидуального задания и предоставления отчета о его выполнении, оформленного в соответствии с требованиями УрФУ.

1.2. Цель и виды практик

Целью всех видов практик является содействие становлению компетентности бакалавров в области решения профессиональных задач в условиях избранной сферы деятельности.

Подготовительный этап учебной практики является формой организации самостоятельной работы студентов, планируемой согласно учебному плану и рабочим программам по дисциплинам модулей Б.1.3 «Психология», Б.2.4 «Информационные технологии», Б.2.5 «Информационные системы маркетинга», Б.3.2 «Маркетинг», Б.3.9 «Деловые коммуникации». Цель подготовительного этапа – подготовка студентов к выполнению задач практики в условиях реально существующего предприятия (организации).

Виды практик бакалавров для специальности 080200 «Менеджмент» профиля «Маркетинг» и профиля «Управление проектами» представлены в таблице.

Виды практик бакалавров
профилей «Маркетинг» и «Управление проектами»

Наименование практики	Сроки прохождения	Продолжительность, недель
Учебная (предварительный этап)	2 курс, 4 семестр	1
Учебная (основной этап)	2 курс, 4 семестр	1
Производственная	3 курс, 6 семестр	2
Преддипломная	4 курс, 8 семестр	2

1.3. Требования к организации практик

Требования к организации практик определяются ФГОС ВПО третьего поколения по направлению 080200 «Менеджмент» (квалификация (степень) «бакалавр»), учебным планом по направлению «Менеджмент», профиль «Маркетинг» и профиль «Управление проектами», учебно-производственным графиком, программой практики, а также нормативно-методическими документами, разработанными в УрФУ и регламентирующими порядок организации и проведения практик.

1.3.1. Базы практики

Практики могут проводиться в сторонних организациях, образовательных учреждениях или структурных подразделениях вуза, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

Направление студентов на практику производится в соответствии с договорами, заключенными университетом с организациями любой организационно-правовой формы (коммерческими, некоммерческими, государственными, муниципальными), или по гарантийным письмам организаций с обязательствами предоставить необходимые условия для выполнения студентами программы практики, назначить квалифицированных специалистов для руководства практикой и обеспечить студентам условия безопасной работы.

При наличии в организации вакантных должностей студенты могут зачисляться на них, если работа соответствует требованиям программы практик.

1.3.2. Рабочие места студентов

В принимающей организации студент должен получить необходимые практические навыки, сформировать профессиональные компетенции в области менеджмента.

Примерные должности, на которых или помощниками у которых могут работать студенты-практиканты:

- аналитик по маркетингу и разработке стратегии;
- менеджер по разработке продукта;
- менеджер по управлению брендами;
- менеджер по связям с общественностью и СМИ;
- специалист в области маркетинговых исследований, мерчендайзинга;
- специалист в области организации специальных событий (Event-marketing);
- специалист в области трейд-маркетинга.

С момента зачисления студентов в период практики на рабочие места на них распространяются правила охраны труда и правила внутреннего распорядка, действующие в организации.

1.3.3. Обязанности кафедры, ответственной за организацию практики

В обязанности кафедры по организации практик входит:

- распределение студентов по местам прохождения практики. Распределение осуществляется на предприятия (организации), включенные в базу экспериментально-производственных площадок кафедры;
- подготовка приказа о распределении студентов на практику;
- согласование программы практики с предприятиями-базами практики;
- обеспечение предприятий и самих студентов программами практики.

Для руководства практикой из состава выпускающей кафедры выделяются штатные преподаватели.

До прибытия студентов на практику руководитель обязан:

- ознакомиться с базой практики и согласовать с руководством предприятия программу и порядок прохождения практики. Студенту выдается бланк-задание на прохождение практики (прил. 6, 11, 13), который заполняет руководитель практики от предприятия (организации). На основе запроса предприятия и особенностей планируемых

видов работ и заданий, порученных студенту-практиканту на предприятии, зафиксированных в бланке-задании, программа практики может быть скорректирована, при совместной разработке кафедры, предприятия и студента. Выдача и возврат бланка-задания на практику регистрируются в кафедральном журнале практик;

- обеспечить студентов программами практики и выдать им индивидуальное задание;

- провести организационное собрание для студентов-практикантов по разъяснению целей, содержания, порядка и контроля прохождения практики.

В период прохождения практики руководитель должен:

- следить за выполнением графика прохождения практики;

- систематически контролировать работу студентов и проводить индивидуальные консультации, отмечая даты контроля и консультаций в кафедральном журнале практик;

- в случае возникновения серьезных отклонений от запланированного хода практики подключать к решению возникших проблем руководство предприятия и института.

После завершения практики руководитель должен:

- проверить отчеты студентов о прохождении практики, дать свой отзыв и заключение;

- принять участие в комиссии, принимающей зачет по практике;

- отчитаться на заседании кафедры о результатах практики.

1.3.4. Обязанности руководителя практики – представителя предприятия

Функции руководителя практики от предприятия возлагаются на высококвалифицированных специалистов структурных подразделений.

Руководитель практики – представитель предприятия:

- определяет профессиональные задания для студентов и их объем на период практики, заполняя бланк-задание (прил. 6, 11, 13), распределяет студентов по рабочим местам;

- контролирует соблюдение трудовой и производственной дисциплины практикантами;

- знакомит с организацией работ на конкретном рабочем месте;

- контролирует ведение дневников, подготовку и составление студентами отчетов по практике.

По итогам практики он готовит справку-отзыв от предприятия (организации) (прил. 7, 12, 14). Данный отзыв прилагается к отчету по практике.

1.3.5. Права и обязанности студентов практикантов

К производственной практике допускаются студенты, выполнившие план теоретического обучения. Перед выходом на практику студент получает от кафедры программу практики, индивидуальное задание, направление и методические указания.

Студент имеет право на:

- рабочее место;
- возможность обращения по всем возникающим проблемам и вопросам к руководителям практики – представителю предприятия и представителю кафедры;
- возможность доступа к информации, необходимой для выполнения программы практики.

В круг обязанностей студента включено:

- систематическое ведение дневника практики, выполнение намеченной программы;
- подчинение правилам внутреннего распорядка, действующим на предприятии;
- соблюдение правил техники безопасности и производственной санитарии;
- предоставление в установленном порядке руководителю практики обязательных документов о прохождении практики, включая анкету для самооценки (прил. 2), дневник практики, отчет, отзыв-характеристику руководителя практики от предприятия, заверенную подписью и печатью.

1.4. Порядок осуществления контроля над прохождением практики

Контроль имеет своей целью определить возможные пути выявления и устранения недостатков, возникающих при выполнении программ практики.

Общее руководство и контроль за организацией и проведением практики осуществляет проректор по учебной работе. Оперативный контроль за прохождением практики, соблюдением ее сроков и содержания осуществляет руководитель практики от кафедры.

2. Учебная практика

Задачи учебной практики:

- закрепление, углубление и дополнение теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин ООП;
- закрепление первичных профессиональных умений;
- приобретение опыта работы с информацией;
- приобретение опыта публичного представления информации;
- сбор материала для выполнения научно-исследовательской работы студента;
- продвижение университета, института, кафедры, своего направления подготовки;
- мотивация студентов к освоению выбранной специальности, приобретению профессиональных компетенций.

Учебная практика ориентирована на формирование у студентов следующих *компетенций*:

- владение культурой мышления, способностями к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-5);
- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-6);
- готовность к кооперированию с коллегами, к работе в коллективе (ОК-7);
- стремление к личностному и профессиональному развитию (ОК-10);
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-12);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-17);
- способность осуществления делового общения: публичных выступлений, переговоров, проведения совещаний, деловой переписки, электронных коммуникаций (ОК-19);

- способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-10);
- знакомство с основами межкультурных отношений в менеджменте, способность эффективно выполнять свои функции в межкультурной среде (ПК-25);
- способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса (ПК-29).

Профессиональные задачи (в соответствии с ФГОС), решаемые студентами в ходе учебной практики.

1. В области информационно-аналитической деятельности:

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
- построение внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организации;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности.

2. В области организационно-управленческой деятельности:

- участие в разработке корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);
- разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).

2.1. Предварительный этап учебной практики

Предварительный этап выступает в качестве подготовительного этапа учебной практики. Предварительный этап реализуется в рамках самостоятельной работы по дисциплинам модулей Б.1.3 «Психология», Б.2.4 «Информационные технологии», Б.2.5 «Информационные системы маркетинга», Б.3.2 «Маркетинг», Б.3.9 «Деловые коммуникации». Отчетность по предварительному этапу сдается руководителю практики. Результаты прохождения предварительного этапа прак-

тики учитываются при внутрисеместровой аттестации и при постановке итоговой оценки учебной практики.

Предварительный этап проходит в 4 семестре.

Он проводится на базе кафедры маркетинга, в образовательных учреждениях разного типа и вида (МОУ: общеобразовательные школы, техникумы, колледжи, профессиональные лицеи), на предприятиях и в организациях различных сфер деятельности. Выбор базы практики осуществляется студентами самостоятельно и согласуется с руководителем практики от кафедры.

2.1.1. Содержание предварительного этапа учебной практики

Предварительный этап учебной практики включает выполнение следующих заданий:

- проведение телефонного опроса выпускников кафедры. Список респондентов предоставляет руководитель предварительного этапа учебной практики (прил. 5);

- внесение изменений в базу данных выпускников кафедры. Изменения вносятся в журнал выпускников (примечание: в электронном варианте, на сайте кафедры, изменения вносятся с согласия респондента, в случае отказа сведения вносятся только в журнал выпускников. Журнал выпускников хранится на кафедре). Заполнение журнала проверяет руководитель предварительного этапа учебной практики;

- заполнение журнала телефонных переговоров (примечание: журнал хранится на кафедре и проверяется руководителем предварительного этапа учебной практики);

- подготовка информационных материалов для сайта кафедры (примечание: информационный материал должен содержать событийную информацию, отражающую разные аспекты студенческой жизни. Материалы предоставляются в печатном и электронном виде руководителю предварительного этапа учебной практики);

- распространение информационно-рекламных материалов в образовательных учреждениях, предприятиях и организациях. Распределение по районам осуществляет руководитель предварительного этапа учебной практики;

- разработка и написание сценария одного промо-мероприятия. Цель промо-мероприятия – ознакомление аудитории с направлением профессиональной подготовки, осуществляемой кафедрой; промо-мероприятие должно продемонстрировать востребованность направ-

ления профессиональной подготовки и вызвать интерес многоаспектностью деятельности специалиста. Тема и форма проведения мероприятия выбираются студентами самостоятельно. В процессе разработки ргомо-мероприятия рекомендуется использовать социализирующие и профориентационные игры;

- проведение презентации и ргомо-мероприятия в образовательных учреждениях, на предприятиях (в организациях).

2.1.2. Подведение итогов предварительного этапа учебной практики

Результаты предварительного этапа учебной практики должны быть оформлены в виде *отчета*, который включает:

- 1)дневник практики (прил. 4);
- 2)фотоотчет о распространении рекламных материалов в образовательных учреждениях, организациях и предприятиях (сдается в электронном и печатном виде);
- 3)информационные материалы для сайта кафедры, содержащие фотоиллюстрации (сдаются в электронном и печатном виде).

По окончании предварительного этапа учебной практики студент сдает отчет на кафедру, руководителю предварительного этапа практики (не позднее чем через неделю после окончания сроков предварительного этапа в текущем семестре).

Отчетные документы должны быть оценены и подписаны руководителем предварительного этапа учебной практики.

Оценка по предварительному этапу производственной практики складывается из следующих критериев:

- полнота и качество проведенной работы;
- обоснованность и корректность выводов и рекомендаций;
- качество оформления отчета.

2.2. Основной этап учебной практики

Основной этап проводится в образовательных учреждениях разного типа (МОУ: общеобразовательных школах, техникумах, колледжах, профессиональных лицеях), на предприятиях и в организациях различных сфер деятельности. Выбор места прохождения практики осуществляется студентами самостоятельно.

Результаты прохождения основного этапа практики являются итоговой оценкой учебной практики.

Отчетность сдается руководителю практики.

Основной этап проходит в 4 семестре.

Прохождение основного этапа учебной практики может осуществляться в малых группах (2–3 студента).

2.2.1. Содержание основного этапа учебной практики

Основной этап учебной практики включает в себя выполнение следующих заданий:

- анализ информации об образовательном учреждении, предприятии, организации города Екатеринбурга или иного города;
- распространение информационно-рекламных материалов в образовательных учреждениях, предприятиях, организациях;
- подготовка информационных материалов для сайта кафедры (примечание: информационный материал должен содержать событийную информацию, отражающую разные аспекты студенческой жизни. Материалы предоставляются в печатном и электронном виде руководителю практики).

2.2.2. Анализ информации на основном этапе учебной практики

Анализ информации проводится на основе самостоятельно собранных информационных материалов.

Перечень информационных материалов, необходимых для анализа:

1. Информация, полученная в ходе полустандартизированного интервью с администрацией образовательного учреждения (прил. 10). Полу-стандартизированное интервью проводится на основе заранее подготовленных обязательных вопросов (их последовательность при собеседовании не является жесткой, что позволяет интервьюеру адаптировать опрос к индивидуальной ситуации);

2. Лист наблюдений поведенческих и мотивационных особенностей респондентов (администрация образовательного учреждения и учащиеся) (прил. 8, 9). Лист наблюдений заполняется отдельно в каждом классе, в котором проводилась презентация направления профессиональной подготовки и кафедры;

3. Информация об образовательном учреждении, предприятии, организации, полученная из СМИ и Интернета.

Анализ полученной информации проводится по следующим аспектам:

- статус учебного заведения, наличие профильного образования;
- профориентационная работа в учебном заведении;

- связи с высшими учебными заведениями;
- традиционные направления получения (продолжения) профессионального образования, выбираемые выпускниками.

Анализ информации включает:

- характеристику образовательного учреждения: наименование ОУ (№, профиль), адрес, информацию об администрации (Ф. И. О. директора, завуча по профориентационной работе (воспитательной работе, научной работе), контактные телефоны), способ организации учебной работы в старших классах МОУ (количество, профильное обучение), особенности организации профориентационной работы, статистическую характеристику выпускников (количество выпускников в предыдущем году, получение (продолжение) профессионального образования (колледж, техникум, вуз (наименование), факультет);

- сегментирование учащихся на основе поведенческих особенностей и ценностных предпочтений. Сегментирование составляется на основе наблюдений (прил. 7).

Содержание анализа информации о предприятии или организации:

- сфера деятельности предприятия (организации);
- связи с высшими учебными заведениями;
- традиционные формы взаимодействия предприятия с учебными заведениями;
- специалисты какого профиля востребованы на предприятии (в организации).

2.2.3. Подведение итогов основного этапа учебной практики

Результаты основного этапа практики должны быть оформлены в виде отчета, который включает в себя:

- 1) титульный лист (прил. 1);
- 2) содержание;
- 3) введение, в котором излагаются цели, задачи, перечисляются методы и методики, использованные в процессе прохождения основного этапа практики, а также обоснование их выбора;
- 4) дневник прохождения практики (прил. 2);
- 5) анализ информации об образовательном учреждении, предприятии, организации;
- 6) сценарий презентации направления профессиональной подготовки и кафедры;

7) информационные материалы для сайта кафедры, содержащие фотоиллюстрации (сдаются в электронном и печатном виде).

8) заключение: выводы и рекомендации по итогам прохождения практики, положительные и негативные моменты, возникшие в процессе прохождения практики, трудности (например, недостаточный уровень мотивирования респондентов и т. д.), оценка полезности (замечания, предложения), перспективы дальнейшей деятельности;

9) список использованной литературы;

10) приложения: листы наблюдений, заполненный бланк полустандартизированного интервью с администрацией, фото- (видео-) материалы о проведении презентации (в электронном варианте) и др.

К отчету прилагается анкета самооценки студента по итогам прохождения практики (прил. 2), справка-отзыв руководителя практики от предприятия (прил. 7).

Отчет сдается на кафедру не позднее чем через неделю после окончания сроков практики.

Оценка основного этапа учебной практики складывается из следующих критериев:

1. Полнота и качество проведенной работы;
2. Обоснованность и корректность выводов и рекомендаций;
3. Качество оформления отчета.
4. Оценка предварительного этапа учебной практики.

Оценка «отлично» ставится, если:

- адекватно подобраны способы, приемы и методики презентации;
- представлены подробные качественный и количественный анализы;
- представлены развернутые и обоснованные рекомендации по оптимизации взаимодействия с образовательными учреждениями;
- отчет по практике выполнен аккуратно, грамотно, структурировано.

Оценка «хорошо» ставится, если:

- адекватно подобраны способы, приемы и методики презентации;
- в представленных качественном и количественном анализах допущены незначительные ошибки в интерпретации;
- лаконично изложены рекомендации по оптимизации взаимодействия с образовательными учреждениями;

– допущены некоторые недочеты в оформлении отчета.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если:

– адекватно подобраны способы, приемы и методики презентации;

– в представленном качественном и количественном анализе допущены грубые ошибки в интерпретации;

– отсутствие обоснованных рекомендаций по оптимизации взаимодействия с образовательными учреждениями;

– оформление отчета не соответствует требованиям.

3. Производственная практика

Прохождение производственной практики базируется на освоенных дисциплинах Б.3.2 «Маркетинг», Б.3.6 «Стратегический менеджмент», Б.3.9 «Деловые коммуникации», Б.3.12 «Практический маркетинг», Б.3.13 «Поведение потребителей», Б.3.16 «Основы управления проектами», Б.3.17 «Современные проблемы менеджмента», Б.3.18 «Управление качеством», Б.3.19 «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», Б.3.20 «Управление рисками и временем», Б.3.21 «Экономика предприятия», Б.3.22 «Маркетинг в системах предпринимательства», Б.3.24 «Маркетинговые коммуникации».

Задачи производственной практики:

- закрепление, углубление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин профессионального цикла;
- сбор материала для выполнения научно-исследовательской работы студента;
- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации, в которой проходит практика;
- участие в построении информационной системы организации для сбора, обработки и анализа информации, обеспечивающей принятие управленческих решений;
- ведение баз данных по различным показателям эффективности деятельности организаций;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;
- участие в разработке и реализации маркетинговых стратегий и политики (конкурентной, товарной, ценовой, сбытовой, коммуникативной и т. д.);
- участие в разработке и реализации мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;
- маркетинговое планирование деятельности организации и подразделений;
- аналитическое исследование организационной и управленческой структуры организаций;
- участие в организации работы исполнителей для осуществления информационно-аналитической деятельности предприятия;
- участие в реализации проектов, направленных на формирование и продвижение имиджа организации (предприятия, органа госу-

дарственного или муниципального управления, университета, института, кафедры, своего направления подготовки).

Производственная практика ориентирована на формирование у студентов следующих *компетенций*:

- способность занимать активную гражданскую позицию (ОК-3);
- владение культурой мышления, способность к восприятию, анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-5);
- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-6);
- готовность к кооперации с коллегами, к работе в коллективе (ОК-7);
- способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность (ОК-8);
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-9);
- стремление к личностному и профессиональному саморазвитию (ОК-10);
- умение критически оценивать личные достоинства и недостатки (ОК-11);
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-12);
- владение одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность (ОК-14);
- владение представлением о роли и значении информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономики знаний (ОК-16);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-17);
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах (ОК-18);

- способность осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации и т.д. (ОК-19);
- учет последствий управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности (ОК-20);
- способность проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования (ПК-2);
- готовность к разработке процедур и методов контроля (ПК-3);
- способность использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач (ПК-4);
- способность эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды (ПК-5);
- владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций (ПК-6);
- способность к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций (ПК-7);
- способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-9);
- способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-10);
- владение современными технологиями управления персоналом (ПК-14);
- готовность участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента (ПК-15);
- умение учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации (ПК-16);
- готовность участвовать в реализации программы организационных изменений, преодолевать локальное сопротивление изменениям (ПК-17);
- владение методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ПК-18);

- способность планировать операционную (производственную) деятельность организаций (ПК-19);
- готовность участвовать во внедрении технологических и продуктовых инноваций (ПК-21);
- знание современных концепций организации операционной деятельности и готовность к их применению (ПК-22);
- знание современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности (ПК-23);
- знания основ кросскультурных отношений в менеджменте, способность эффективно выполнять свои функции в кросскультурной среде (ПК-25);
- владение представлением об экономическом образе мышления (ПК-26);
- способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления (ПК-27);
- способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса (ПК-29);
- знание экономических основ поведения организаций, владение представлением о различных структурах рынков и способность проводить анализ конкурентной среды отрасли (ПК-30);
- способность оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения затрат; владение навыками калькулирования и анализа себестоимости продукции и способность принимать обоснованные управленческие решения на основе данных управленческого учета (ПК-41);
- способность проводить анализ рыночных и специфических рисков, использование его результатов для принятия управленческих решений (ПК-42);
- способность проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений (ПК-47);
- умение находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею (ПК-48).

Профессиональные задачи (в соответствии с ФГОС), решаемые студентами в ходе производственной практики.

1. В области информационно-аналитической деятельности:

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;

- построение внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;

- создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организации;

- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности.

- координация работы в команде.

2. В области организационно-управленческой деятельности:

- участие в разработке корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);

- организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;

- разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);

- участие в реализации проектов, направленных на формирование и продвижение имиджа организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления, университета, института, кафедры, направления подготовки).

Производственная практика проводится согласно учебно-производственному графику на предприятиях и в организациях различных отраслей и сфер деятельности. Направление студентов на практику производится руководителем практики от кафедры на предприятия (организации), включенные в базу экспериментально-производственных площадок кафедры. Иногородние и иностранные студенты могут проходить практику по месту жительства;

Отчетность по практике сдается руководителю практики от кафедры.

Производственная практика проходит в 6 семестре.

3.1. Содержание производственной практики

Производственная практика включает в себя выполнение следующих заданий:

- ознакомление с принципами организации маркетинговой деятельности на предприятии;
- изучение различных видов отчетов, их содержания и методик анализа для принятия маркетинговых решений;
- изучение факторов внутренней и внешней маркетинговой среды функционирования предприятия;
- изучение методов сегментирования и позиционирования товара;
- разработка мероприятий по привлечению новых и удержанию существующих клиентов;
- оценка конъюнктуры рынка фирмы, соотношению спроса и предложения, тенденции развития конкуренции, параметров воздействия на сбыт;
- обоснование возможной стратегии выхода на рынок;
- расчет издержек производства и себестоимости основных видов продукции, анализ ценовой политики предприятия;
- определение оптимального объема производства и сбыта;
- анализ портфеля заказов фирмы и ее ассортиментной политики;
- анализ системы сбыта и резервов ее совершенствования;
- оценка имиджа фирмы, товарного знака, рекламных обращений;
- изучение системы маркетинговых коммуникаций и оценка эффективности используемых инструментов продвижения на предприятии;
- экономическое обоснование источников финансирования маркетинговых мероприятий.

Студент выполняет задания в соответствии с бланком задания, согласованным с руководителем практики от предприятия (прил. 11).

3.2. Подведение итогов производственной практики

Результаты прохождения производственной практики должны быть оформлены в виде отчета, который включает в себя:

- 1) титульный лист (прил. 1);
- 2) содержание;

3) краткую характеристику базы практики (1–2 стр.);

4) описание реализации целей и задач практики (24–29 стр.), определенных в бланке задания.

В отчете необходимо продемонстрировать владение методами сбора, обработки и анализа информации, показать методики, используемые в организации. Обязательно следует указывать источники информации, а в приложения можно поместить документы, которые служили источниками этой информации.

Общий объем отчета составляет 25–30 страниц.

К отчету прилагается бланк-задание (прил. 11), анкета самооценки студента по итогам прохождения практики (прил. 2), справка-отзыв руководителя практики от предприятия (прил. 12). Отчет сдается на кафедру не позднее чем через неделю после окончания срока практики.

Оценка по производственной практике складывается из следующих критериев:

- 1) полнота и качество проведенной работы в соответствии с заданием;
- 2) использование методов сбора, обработки и анализа информации;
- 3) обоснованность и корректность выводов и рекомендаций;
- 4) качество оформления отчета.

Оценка «отлично» ставится, если:

- адекватно подобраны способы, приемы и методики обработки информации и анализа;
- представлен подробный качественный и количественный анализ проблем;
- представлены развернутые и обоснованные рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности;
- отчет по практике выполнен аккуратно, грамотно, структурировано.

Оценка «хорошо» ставится, если:

- адекватно подобраны способы, приемы и методики обработки информации и анализа;
- в представленном качественном и количественном анализе допущены незначительные ошибки в интерпретации;
- лаконично изложены рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности;

– допущены некоторые недочеты в оформлении отчета.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если:

- адекватно подобраны способы, приемы и методики обработки информации и анализа;
- в представленном качественном и количественном анализе допущены грубые ошибки в интерпретации;
- отсутствие обоснованных рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности;
- оформление отчета не соответствует требованиям.

Защита отчета о прохождении производственной практики принимается комиссией, состав которой определяется кафедрой.

По результатам производственной практики проводится конференция студентов, на которой обсуждаются итоги практики.

4. Преддипломная практика

Задачи преддипломной практики:

- закрепление, углубление теоретических знаний, полученных при изучении специальных дисциплин;
- приобретение навыков проведения научных исследований, в т. ч. необходимых для подготовки выпускной квалификационной работы бакалавра менеджмента;
- сбор материала для написания выпускной квалификационной работы;
- приобретение опыта аналитической, управленческой и организационной работы в коллективе в области:
 - анализа степени воздействия макроэкономической среды на функционирование организации и органов государственного и муниципального управления;
 - исследования различных структур рынка и анализа конкурентной среды;
 - анализа поведения потребителей и формирования спроса;
 - анализа рыночных и специфических рисков;
 - анализа операционной деятельности организации;
- использование в практической деятельности организации информации, полученной в результате маркетинговых исследований;
- владение методами и программными средствами обработки деловой информации и использование корпоративных информационных систем;

- анализ и проектирование межличностных, групповых и организационных коммуникаций;
- участие в разработке маркетинговой стратегии и осуществление мероприятий, направленных на ее реализацию;
- владение методами принятия оперативных решений в управлении производственной деятельностью организации;
- выявление и оценка новых рыночных возможностей и разработка бизнес-идей.

4.1. Преддипломная практика для студентов профиля «Маркетинг»

Преддипломная практика направлена на практическое освоение совокупности полученных теоретических знаний и овладение опытом квалифицированного анализа конкретной проблемы, разработки программы и инструментария ее решения и внедрения полученных результатов (разработанных рекомендаций и т. д.).

Блоки тематических направлений, в рамках которых может быть сформулировано *задание* на преддипломную практику:

1. Разработка маркетинговой программы развития компании;
2. Разработка (совершенствование) различных элементов комплекса маркетинга на предприятии;
3. Разработка кампании продвижения товаров/услуг;
4. Маркетинговое обоснование открытия нового бизнеса;
5. Создание отдела (службы) маркетинга на предприятии;
6. Перевод предприятия на маркетинговую концепцию управления;
7. Создание на предприятии маркетинговой информационной системы;
8. Коммерциализация инновационного продукта методами маркетинга;
9. Разработка программы лояльности потребителей на предприятии;
10. Формирование партнерских отношений в рамках деловой сети предприятия;
11. Разработка на предприятии стратегии достижения конкурентных преимуществ и др.

Преддипломную практику каждый студент проходит по индивидуальному плану-графику, скоррелированному с темой выпускной

квалификационной работы и согласованному с руководителем практики от предприятия.

Практика завершается составлением отчета, отражающего содержание и основные результаты выполненной работы.

4.1.1. Цель и задачи преддипломной практики для студентов профиля «Маркетинг»

Цель преддипломной практики – практическое освоение совокупности полученных теоретических знаний и навыков с широким использованием приемов и методов исследований, усвоенных в процессе обучения по специальности.

Задачи практики:

- закрепление, углубление и дополнение теоретических знаний, полученных при изучении специальных дисциплин;
- приобретение навыков для проведения научных исследований, в т. ч. необходимых для подготовки выпускной квалификационной работы бакалавра менеджмента;
- сбор материала для написания выпускной квалификационной работы;
- приобретение опыта аналитической, управленческой и организационной работы в коллективе.

В результате прохождения преддипломной практики студенты профиля «Маркетинг» должны получить следующие навыки:

- выявлять степень воздействия факторов внешней и внутренней среды на функционирование организации, анализировать конкурентную среду и рыночные и специфические риски для принятия управленческих решений с позиций корпоративной социальной ответственности;
- анализировать поведение потребителей экономических благ и формировать спрос;
- анализировать операционную, финансовую и инвестиционную деятельность организации;
- участвовать в создании системы продвижения товаров и услуг и реализации мероприятий по позиционированию предприятия;
- владеть методами и программными средствами сбора, анализа и обработки деловой информации и использовать корпоративные информационные системы;

- анализировать и проектировать межличностные, групповые коммуникации, осуществлять взаимодействие с позиций профессиональных этических норм и стандартов;
- участвовать в разработке маркетинговой стратегии организации и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;
- владеть методами принятия тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организации;
- находить и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-идею.

4.1.2. Прохождение преддипломной практики студентов профиля «Маркетинг»

Руководитель практики от предприятия обязан оказывать содействие в создании нормальных условий для работы, в обеспечении плановыми, отчетными и другими материалами и информацией, необходимыми для выполнения программы преддипломной практики.

Преддипломная практика проходит согласно учебному графику, в 8 семестре.

Преддипломная практика организуется преимущественно по месту будущей работы студента. Предварительно, на основе заявки предприятия, утверждается тема дипломного проекта, назначается научный руководитель, выдается дипломное задание.

Прохождение преддипломной практики осуществляется в соответствии со следующими этапами.

А. Подготовительный этап.

На данном этапе студентом, совместно с руководителем, обрабатывается намеченный план дипломного проекта, уточняются его цель и задачи, подбираются научная литература и тематика исследования, намечаются порядок, сроки и объем проведения необходимых теоретических и экспериментальных исследований, наблюдений, расчетов. Рассматривается необходимость использования технических средств для проведения работ. При необходимости, по согласованию с научным руководителем, дипломное задание корректируется относительно объекта исследования, приемов и методов проведения исследования.

Руководителем практики от предприятия проводятся индивидуальные беседы по конкретным вопросам программы преддипломной практики, организуются ознакомительные посещения студентами производственных подразделений, служб, отделов предприятия.

Итогом подготовительного этапа является составление задания на преддипломную практику, которое утверждается руководителем практики от предприятия (прил. 13).

Б. Исследовательский этап.

Основная цель этапа – формирование и обработка информации об изучаемом объекте, позволяющей выявить его состояние, закономерности и тенденции развития. Правильно понятая студентом цель дипломного проекта дает возможность наиболее точно определить содержание, характер, объем необходимой для исследования информации, упрощает разработку форм, методов и последовательности ее сбора. Важно установить перечень показателей, на основе которых может быть дана объективная оценка состояния и эффективности работы всего исследуемого объекта, отдельных его участков и исполнителей.

Собственно исследования означают не только сбор необходимой информации или простое описание факторов, но и теоретическое осмысление процессов, позволяющее вскрыть общую закономерность развития изучаемых явлений и тем самым определить характер и величину резервов, которыми располагает производственная система.

Основными внутренними источниками информации являются:

- уставные документы, все виды планов предприятия (организации цеха, участка), бизнес-планы, действующие нормы и нормативы расхода сырья, материалов, топлива, инструмента и проч.;
- техническая документация;
- положение об учетной политике предприятия (организации), положение о формировании фонда оплаты труда, фонда потребления, накопления и иных фондов:
- формы финансового учета и отчетности;
- формы бухгалтерского учета и отчетности;
- бухгалтерский баланс, формы статистической отчетности;
- отчеты о продажах, запасах;
- отчеты о маркетинговых исследованиях и проводимых маркетинговых мероприятиях;
- документы по развитию инновационной деятельности предприятия;
- базы данных о поставщиках, клиентах;
- положения о подразделениях и должностные инструкции.

Основные внешние источники информации:

- статистические сборники;
- отраслевые базы данных;
- рекламно-коммерческая литература;
- Интернет.

Если информация, содержащаяся в плановой, отчетной и учетной документации, оказывается недостаточной или возникают сомнения в ее достоверности, студент организует сбор дополнительной информации по специальной методике, согласованной с руководителем практики от предприятия либо с научным руководителем дипломного проекта. В этом случае также целесообразно привлечь такие источники информации, как материалы ревизий, обследований и инвентаризаций, анкетного опроса и интервьюирования.

Заключительной стадией исследовательского этапа являются систематизация и обобщение результатов. Обобщенные материалы в виде аналитических таблиц, различного рода графиков, диаграмм, схем дают наиболее наглядное и точное представление о состоянии и изменении изучаемых процессов. Студенту следует учитывать, что с помощью умело оформленных результатов исследований легче определять направление дальнейшего поиска путей использования резервов, устранения недостатков анализируемой деятельности.

В. Аналитический этап.

Главная цель данного этапа работы – получить глубокое понимание сущности причин сложившегося положения, возникновения проблем на основе анализа состояния развития рынка с одной стороны и научно-производственного потенциала, экономических и финансовых результатов деятельности организационных, управленческих, производственных систем с другой.

Конечным результатом аналитической работы являются изложение основных выводов по проведенным исследованиям и рекомендации по устранению выявленных недостатков с их расчетным обоснованием или соответствующей мотивацией.

В соответствии с поставленными задачами анализ деятельности предприятия, организации, других подразделений проводится с использованием приемов и методик, усвоенных в процессе обучения по специальности и рекомендованных научным руководителем дипломного проектирования.

Студент должен всесторонне рассмотреть деятельность предприятия, на котором он проходит преддипломную практику, в свете законов, постановлений федеральных и областных законодательных органов, указов Президента и других регламентирующих документов. В процессе анализа необходимо выделить те аспекты, которые наиболее близки к получаемой квалификации бакалавра менеджмента. Это организационная, управленческая, плановая, финансово-экономическая, маркетинговая, инновационная деятельность.

Г. Заключительный этап.

Данный этап работы включает формулирование окончательных выводов и рекомендаций. Намечаются предложения, реализация которых может повысить качество продукции, снижение материальных и трудовых затрат на производство и сбыт продукции, обеспечить высокие темпы внедрения достижений НТО, повысить объем продаж (услуг) и др. Ориентировочно определяется эффективность предложений.

4.1.3. Оценка результатов преддипломной практики студентов профиля «Маркетинг»

Результаты преддипломной практики студентов оценивает научный руководитель дипломного проекта на основании совокупности представленных ему исследовательских аналитических материалов, а также письменного отзыва – характеристики руководителя практики о качестве приобретенных компетенций.

Отчет о прохождении преддипломной практики включает в себя:

- 1) титульный лист (прил.1);
- 2) содержание;
- 3) краткую характеристику базы практики (1–2 стр.);
- 4) описание процесса реализации целей и задач практики (24–29 стр.), определенных в бланке задания.

В отчете необходимо продемонстрировать владение методами сбора, обработки и анализа информации, дать объективную оценку состояния и эффективности работы всего исследуемого объекта, отдельных его участков и исполнителей, вскрыть общую закономерность развития изучаемых явлений и тем самым определить характер и величину резервов, которыми располагает производственная система, описать тенденции развития рынка, наметить предложения, реали-

зация которых может повысить эффективность функционирования исследуемого объекта.

Общий объем отчета составляет 25–30 страниц текста.

К отчету прилагаются анкета самооценки студента по итогам прохождения практики (прил. 2), справка-отзыв руководителя практики от предприятия (прил. 14)

Отчет сдается на кафедру не позднее чем через неделю после окончания практики.

Оценка по преддипломной практике складывается из следующих критериев:

- 1) полнота и качество проведенной работы в соответствии с заданием;
- 2) использование различных методов сбора, обработки и анализа информации;
- 3) достоверность и современность представленной информации.
- 4) обоснованность и корректность выводов и рекомендаций;
- 5) качество оформления отчета.

Оценка «отлично» ставится, если:

- адекватно подобраны способы, приемы и методики сбора, обработки и анализа информации;
- выявлены противоречия и проблемы, ухудшающие конкурентную позицию организации на рынке;
- представлен подробный качественный и количественный анализ проблем;
- представлен развернутый и обоснованный прогноз конъюнктуры рынка, основанный на современных, не вызывающих сомнений данных;
- отчет по практике выполнен аккуратно, грамотно, структурировано.

Оценка «хорошо» ставится, если:

- адекватно подобраны способы, приемы и методики сбора, обработки информации и анализа;
- в представленном качественном и количественном анализе проблем допущены незначительные ошибки в интерпретации;
- проведен анализ конъюнктуры рынка;
- допущены некоторые недочеты в оформлении отчета.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если:

- адекватно подобраны способы, приемы и методики сбора, обработки информации и анализа;
- в представленном качественном и количественном анализе допущены грубые ошибки в интерпретации;
- анализ конъюнктуры рынка проведен неполно, допущены ошибки в интерпретации данных, некоторые данные устаревшие, неверные, или/и студент не может указать источники данных;
- оформление отчета не соответствует требованиям.

Защита отчета о прохождении преддипломной практики принимается комиссией, состав которой определяется кафедрой.

4.2. Преддипломная практика для студентов профиля «Управление проектами»

Преддипломная практика направлена на практическое освоение совокупности полученных теоретических знаний и овладение опытом квалифицированного анализа конкретной проблемы, разработки программы и инструментария ее решения и внедрения полученных результатов (разработанных рекомендаций и т. д.).

Блоки тематических направлений, в рамках которых может быть сформулировано *задание* на преддипломную практику для студентов профиля «Управление проектами»:

1. Разработка стратегии развития компании;
2. Создание нового отдела (службы) предприятия;
3. Разработка нового продукта (услуги);
4. Организация нового производства;
5. Модернизация производства;
6. Разработка кампании по продвижению товаров/услуг;
7. Внедрение в деятельность предприятия автоматизированной информационной системы;
8. Перевод предприятия на новый уровень зрелости по управлению проектами;
9. Разработка корпоративных стандартов по управлению проектами;
10. Повышение конкурентоспособности компании;
11. Внедрение инноваций в деятельность предприятия;
12. Разработка бизнес-процессов в компании;

13. Внедрение системы менеджмента качества на предприятии;

14. Совершенствование системы финансового менеджмента в компании.

Практика завершается составлением отчета, отражающего содержание и основные результаты выполненной работы.

4.1.1. Цель и задачи преддипломной практики студентов профиля «Управление проектами»

Цель преддипломной практики – практическое освоение совокупности полученных теоретических знаний и навыков с широким использованием приемов и методов исследований, усвоенных в процессе обучения по специальности.

Задачи преддипломной практики:

- закрепление, углубление и дополнение теоретических знаний, полученных при изучении специальных дисциплин;
- приобретение навыков для проведения научных исследований, в т. ч. необходимых для подготовки выпускной квалификационной работы бакалавра менеджмента;
- сбор материала для написания выпускной квалификационной работы;
- приобретение опыта аналитической, управленческой и организационной работы в коллективе.

В результате прохождения преддипломной практики студенты профиля «Управление проектами» должны получить следующие навыки:

- владеть экономическим образом мышления и методологией управления проектами;
- работать с инструментальными средствами системы маркетинговых коммуникаций с целью формирования взаимоотношений предприятия с целевыми аудиториями;
- планировать и анализировать операционную, финансовую и инвестиционную деятельность организаций;
- участвовать в разработке и анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений, учитывая аспекты корпоративной социальной ответственности;
- владеть методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организаций и

оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений;

- участвовать в управлении человеческими ресурсами проекта, используя основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач с позиций профессионально-этических норм и стандартов;

- выявлять степень воздействия факторов внешней и внутренней среды на функционирование организации, собирать и обрабатывать деловую информацию;

- анализировать рыночные и специфические риски для принятия управленческих решений;

- моделировать бизнес-процессы на основе методов реинжиниринга бизнес-процессов, в том числе с использованием профессиональных программных;

- находить и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-идею.

4.2.2. Прохождение преддипломной практики студентов направления «Управление проектами»

Преддипломную практику каждый студент проходит по индивидуальному плану-графику, увязанному с темой дипломного проекта и согласованному с руководителем практики от предприятия.

Руководитель практики от предприятия обязан оказывать содействие в создании нормальных условий для работы, в обеспечении плановыми, отчетными и другими материалами и информацией, необходимыми для выполнения программы преддипломной практики.

Преддипломная практика проходит согласно учебному графику, в 8 семестре.

Преддипломная практика организуется преимущественно по месту будущей работы студента. Предварительно, на основе заявки предприятия, утверждается тема дипломного проекта, назначается научный руководитель, выдается дипломное задание.

Прохождение преддипломной практики осуществляется в соответствии со следующими этапами.

А. Подготовительный этап.

На данном этапе студентом, совместно с руководителем, обрабатывается намеченный план дипломного проекта, уточняются его цель и задачи, подбираются научная литература и тематика исследования, намечаются порядок, сроки и объем проведения необходимых теоре-

тических и экспериментальных исследований, наблюдений, расчетов. Рассматривается необходимость использования технических средств для проведения работ. При необходимости, по согласованию с научным руководителем, корректируется дипломное задание относительно объекта исследования, приемов и методов проведения исследования.

Руководителем практики от предприятия проводятся индивидуальные беседы по конкретным вопросам программы преддипломной практики, организуются ознакомительные посещения студентами производственных подразделений, служб, отделов предприятия.

Итогом подготовительного этапа является составление задания на преддипломную практику, которое утверждается руководителем практики от предприятия (прил. 13).

Б. Исследовательский этап.

Основная цель этапа – формирование и обработка информации об изучаемом объекте, позволяющей выявить его состояние, закономерности и тенденции развития. Правильно понятая студентом цель дипломного проекта в этом случае дает возможность наиболее точно определить содержание, характер, объем необходимой для исследования информации, упрощает разработку форм, методов и последовательности ее сбора. Важно установить перечень показателей, на основе которых может быть дана объективная оценка состояния и эффективности работы всего исследуемого объекта, отдельных его участков и исполнителей.

Собственно исследования означают не только сбор необходимой информации или простое описание факторов, но и теоретическое осмысление процессов, позволяющее вскрыть общую закономерность развития изучаемых явлений и тем самым определить характер и величину резервов, которыми располагает производственная система.

Основными внутренними источниками информации являются:

- уставные документы, все виды планов предприятия (организации цеха, участка), бизнес-планы, действующие нормы и нормативы расхода сырья, материалов, топлива, инструмента и проч.;
- техническая документация;
- положение об учетной политике предприятия (организации), положение о формировании фонда оплаты труда, фонда потребления, накопления и иных фондов;

- формы финансового учета и отчетности;
- формы бухгалтерского учета и отчетности;
- бухгалтерский баланс, формы статистической отчетности;
- отчеты о продажах, запасах;
- отчеты о маркетинговых исследованиях и проводимых маркетинговых мероприятиях;
- документы по развитию инновационной деятельности предприятия;
- базы данных о поставщиках, клиентах;
- положения о подразделениях и должностные инструкции.

Основные внешние источники информации:

- статистические сборники;
- отраслевые базы данных;
- рекламно-коммерческая литература;
- Интернет.

Если информация, содержащаяся в плановой, отчетной и учетной документации, оказывается недостаточной или возникают сомнения в ее достоверности, студент организует сбор дополнительной информации по специальной методике, согласованной с руководителем практики от предприятия либо с научным руководителем дипломного проекта. В этом случае также целесообразно привлекать такие источники информации, как материалы ревизий, обследований и инвентаризаций, анкетного опроса и интервьюирования.

Заключительной стадией исследовательского этапа являются систематизация и обобщение результатов. Обобщенные материалы в виде аналитических таблиц, различного рода графиков, диаграмм, схем дают наиболее наглядное и точное представление о состоянии и изменении изучаемых процессов. Студенту следует учитывать, что с помощью умело оформленных результатов исследований легче определять направления дальнейшего поиска путей использования резервов, устранения недостатков анализируемой деятельности.

В. Аналитический этап.

Главная цель данного этапа работы – получить глубокое понимание сущности причин сложившегося положения, возникновения проблем на основе анализа состояния развития рынка, с одной стороны, и научно-производственного потенциала, экономических и финансовых результатов деятельности организационных, управленческих, производственных систем, с другой.

Конечным результатом аналитической работы являются изложение основных выводов по проведенным исследованиям и рекомендаций по устранению выявленных недостатков с их расчетным обоснованием или соответствующей мотивацией.

В соответствии с поставленными задачами анализ деятельности предприятия, организации, других подразделений проводится с использованием приемов и методик, усвоенных в процессе обучения по специальности и рекомендованных научным руководителем дипломного проектирования.

Студент должен всесторонне рассмотреть деятельность предприятия, на котором он проходит преддипломную практику, в свете законов, постановлений федеральных и областных законодательных органов, указов Президента и других регламентирующих документов. В процессе анализа необходимо выделить те аспекты, которые наиболее близки к получаемой квалификации бакалавра менеджмента. Это организационная, управленческая, плановая, финансово-экономическая, маркетинговая, инновационная деятельность.

В связи с тем, что круг предприятий, являющихся базой преддипломной практики, весьма широк и разнообразен, необходимо уделить большее внимание индивидуальной работе со студентом. Учитывая специфику предприятия, руководитель практики в бланке задания четче выделяет важнейшие направления анализа, его приоритетные аспекты и виды. Однако необходимо выделить *основные аспекты анализа*:

- поэлементный анализ структуры кадрового состава работников, управления и организации их труда, информации, техники управления, организации и использования различных методов управления;

- пространственный анализ взаимодействия отдельных органов управления, функционального разделения труда, связи функциональных подразделений и звеньев предприятия (организации);

- временной анализ – исследование протекания процессов подготовки, принятия и организации выполнения решений, увязки сроков исполнения заданий каждым подразделением и исполнителем при подготовке и реализации заданной программы;

- оценить уровень зрелости проектного управления в компании в соответствии с моделью организационной зрелости управления проектами (ОРМЗ – 5 уровней);

– оценить поддержку проектного управления руководством компании или отсутствие таковой;

– выяснить, разработаны ли корпоративные стандарты по управлению проектами в компании и какие разделы в них присутствуют (классификация проектов, особенности проектов данной организации, процедуры ввода и вывода персонала компании в проекты, процедуры материального поощрения сотрудников за участие в проекте, анализ типовых ситуаций в проекте и варианты возможных решений, и т. д.);

– представить типовую структуру проекта данной организации (Устав, цели, задачи, участники, календарный план, бюджет, риски, оценка эффективности и пр.).

Г. Заключительный этап.

Данный этап работы включает формулирование окончательных выводов и рекомендаций. Намечаются предложения, реализация которых может повысить качество продукции, снижение материальных и трудовых затрат на производство продукции, обеспечить высокие темпы внедрения достижений НТО, повысить объем продаж (услуг) и др. Ориентировочно определяется эффективность предложений.

4.2.3. Оценка результатов преддипломной практики студентов профиля «Управление проектами»

Результаты преддипломной практики студентов оценивает научный руководитель дипломного проекта на основании совокупности представленных ему исследовательских аналитических материалов, а также письменного отзыва – характеристики руководителя практики о качестве приобретенных компетенций.

Результаты основного этапа практики должны быть оформлены в виде *отчета*, который включает:

- 1) титульный лист (прил.1);
- 2) содержание;
- 3) краткую характеристику базы практики (1–2 стр.);
- 4) реализацию целей и задач практики (24–29 стр.), определенных в бланке задания.

В отчете необходимо продемонстрировать владение методами сбора, обработки и анализа информации, дать объективную оценку состояния и эффективности работы всего исследуемого объекта, отдельных его участков и исполнителей, вскрыть общую закономер-

ность развития изучаемых явлений и тем самым определить характер и величину резервов, которыми располагает производственная система, описать тенденции развития рынка, наметить предложения, реализация которых может повысить эффективность функционирования исследуемого объекта.

Общий объем отчета составляет 25–30 страниц текста.

К отчету прилагаются анкета самооценки студента по итогам прохождения практики (прил. 2), справка-отзыв руководителя практики от предприятия (прил. 14).

Отчет сдается на кафедру не позднее чем через неделю после окончания сроков практики.

Оценка по преддипломной практике складывается из следующих критериев:

- 1) полнота и качество проведенной работы в соответствии с заданием;
- 2) использование различных методов сбора, обработки и анализа информации;
- 3) достоверность и современность представленной информации;
- 4) обоснованность и корректность выводов и рекомендаций;
- 5) качество оформления отчета.

Оценка «отлично» ставится, если:

- адекватно подобраны способы, приемы и методики сбора, обработки информации и анализа;
- выявлены противоречия и проблемы, ухудшающие конкурентную позицию организации на рынке;
- представлен подробный качественный и количественный анализ проблем;
- представлен развернутый и обоснованный прогноз конъюнктуры рынка, основанный на современных, не вызывающих сомнений данных;
- отчет по практике выполнен аккуратно, грамотно, структурировано.

Оценка «хорошо» ставится, если:

- адекватно подобраны способы, приемы и методики сбора, обработки информации и анализа;
- в представленном качественном и количественном анализе проблем допущены незначительные ошибки в интерпретации;
- проведен анализ конъюнктуры рынка;
- допущены некоторые недочеты в оформлении отчета.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если:

- адекватно подобраны способы, приемы и методики сбора, обработки информации и анализа;
- в представленном качественном и количественном анализе допущены грубые ошибки в интерпретации;
- анализ конъюнктуры рынка проведен неполно, допущены ошибки в интерпретации данных, некоторые данные устаревшие, неверные, или/и студент не может указать источники данных;
- оформление отчета не соответствует требованиям.

Защита отчета о прохождении преддипломной практики принимается комиссией, состав которой определяется кафедрой.

Приложение 1

Пример оформления титульного листа

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное агентство по образованию
ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина»
Высшая школа экономики и менеджмента
Кафедра маркетинга

ОТЧЕТ

о прохождении учебной/производственной/преддипломной практики

место прохождения практики (наименование предприятия (организации))

Выполнил(а):
студент(ка) группы (№)

_____/_____
(подпись) (Ф.И.О.)

Руководитель:

(уч. степень, должность)

_____/_____
(подпись) (Ф.И.О.)

Екатеринбург
20__

Анкета самооценки студента по итогам прохождения практики

Студент (Ф. И. О., группа)

1. Удовлетворены ли Вы условиями организации практики?

- ☐ Да, полностью.
- ☐ Да, в основном.
- ☐ Нет, не полностью.
- ☐ Совсем нет.

2. Ваши рекомендации по совершенствованию организации практики?

Кафедре: _____

Предприятию: _____

3. В какой степени студенты привлекаются к разработке программы практики?

- ☐ В достаточной степени.
- ☐ Привлекаются, но недостаточно.
- ☐ Совершенно недостаточно.

4. Каким Вы видите участие студентов в разработке программы практики?

5. Обеспечен ли студентам, проходящим практику, доступ ко всем необходимым информационным ресурсам?

- ☐ Да, обеспечен полностью.
- ☐ Да, в основном обеспечен.
- ☐ Нет, обеспечен недостаточно.
- ☐ Нет, совсем не обеспечен.

6. Какими информационными ресурсами предприятия Вы пользовались в процессе прохождения практики?

- Управленческие документы.
- Бухгалтерская отчетность.
- Отчетная документация о продажах.
- Договоры с поставщиками, контрагентами.
- Интернет-ресурсы.
- Другие.

7. Достаточно ли полно Вы были обеспечены кафедрой методическими материалами для прохождения практики?

- Да, обеспечен полностью.
- Да, в основном обеспечен.
- Нет, обеспечен недостаточно.
- Нет, совсем не обеспечен.

8. Достаточно ли полон перечень дисциплин, которые Вы изучали в вузе, для успешного прохождения практики?

- Да, полностью достаточен.
- Да, в основном достаточен.
- Нет, не совсем достаточен.
- Абсолютно не достаточен.

8. Какие дисциплины из ранее изученных в вузе особенногодились Вам в процессе прохождения практики?

9. Знаний по каким из дисциплин Вам не хватало в процессе прохождения практики?

Бланк задания на прохождение предварительного этапа учебной практики

(заполняет руководитель практики от кафедры)

1. Общие сведения

(фамилия, имя, отчество, группа практиканта)

(наименование предприятия (организации), адрес)

(должность практиканта)

(сроки начала / окончания практики)

2. Характеристика профессиональной деятельности практиканта

2.1. Перечислите основные трудовые задачи, выполнение которых планируется поручить практиканту. Оцените, пожалуйста, эти задачи следующим образом:

в колонке «Объем времени» поставьте количество времени (в % от общего объема времени практики, ориентировочно), планируемое на выполнение данной задачи.

Основные задачи	Объем времени
1. Проведение телефонного опроса респондентов-выпускников кафедры; 2. Внесение изменений в базу данных выпускников кафедры; 3. Заполнение журнала телефонных переговоров;	

4. Подготовка информационных материалов для сайта кафедры	
5. Распространение информационно-рекламных материалов в образовательных учреждениях, на предприятиях, в организациях	
Дополнительные задачи (заполняются руководителем практики от кафедры)	Объем времени

2.2. Перечислите основные профессиональные знания, необходимые практиканту для успешного прохождения практики (выполнения трудовых задач). Отметьте, пожалуйста, необходимые профессиональные знания следующим образом.

В колонке «Уровень владения» поставьте ++, если Вы считаете, что данными знаниями практикант должен владеть свободно в полном объеме, и + – владение на обзорном, ознакомительном уровне.

Основные знания	Уровень владения
1. Знание методов сбора, обработки и анализа информации; 2. Знание методики проведения телефонных переговоров; 3. Знание методики проведения деловой беседы; 4. Компьютерные навыки (<i>Word, Power Point, Photoshop, Internet</i>); 5. Знание принципов составления информационного сообщения	
Дополнительные знания (заполняются руководителем образовательного учреждения)	Уровень владения

3. Сведения о руководителе практики от кафедры

Ф. И. О. _____

Должность _____

Контактный телефон _____

Приложение 4

Бланк дневника прохождения практики

[illegible]

Примерный перечень вопросов телефонного опроса выпускников кафедры

1. Отрасль Вашей профессиональной деятельности?

- Торговля
- Услуги и сервис
- СМИ
- Реклама и PR
- Производство
- Муниципальное управление

Примечание: с согласия респондента записываются название организации, должность, основные должностные обязанности.

2. Какие профессиональные знания оказались наиболее востребованными?

3. Знаний каких аспектов профессиональной деятельности оказалось недостаточно?

4. Планируете ли Вы в дальнейшем продолжить обучение?

5. Хотели бы Вы получать информацию о курсах, семинарах, мастер-классах, проводимых на кафедре? Если да – контактный телефон, контактный адрес.

6. Согласны ли Вы, чтобы информация о Вас (место работы, должность) была размещена на сайте кафедры в рубрике «Выпускники»?

Бланк-задание на прохождение учебной практики

(заполняет руководитель практики от кафедры)

1. Общие сведения

(фамилия, имя, отчество, группа практиканта)

(наименование образовательного учреждения, адрес)

(сроки начала / окончания практики)

2. Характеристика профессиональной деятельности практиканта

2.1. Перечислите основные трудовые задачи, выполнение которых планируется поручить практиканту. Оцените, пожалуйста, эти задачи следующим образом:

в колонке «Объем времени» поставьте количество времени (в % от общего объема времени практики, ориентировочно), планируемое на выполнение данной задачи.

Основные задачи	Объем времени
1. Анализ информации об образовательном учреждении, предприятии, организации 2. Подготовка сценария презентации направления профессиональной подготовки и кафедры; 3. Проведение презентации направления профессиональной подготовки и кафедры в образовательных учреждениях, на предприятиях, в организациях;	

4. Распространение информационно-рекламных материалов в образовательных учреждениях, на предприятиях, в организациях; 5. Подготовка информационных материалов для сайта кафедры	
Дополнительные задачи (заполняются руководителем образовательного учреждения)	Объем времени

2.2. Перечислите основные профессиональные знания, необходимые практиканту для успешного прохождения практики (выполнения трудовых задач). Отметьте, пожалуйста, необходимые профессиональные знания следующим образом:

в колонке «Уровень владения» поставьте ++, если Вы считаете, что данными знаниями практикант должен владеть свободно в полном объеме, и + - владение на обзорном, ознакомительном уровне.

Основные знания	Уровень владения
1. Знание методов сбора, обработки и анализа информации; 2. Знание методики сегментирования; 3. Знание методики проведения телефонных переговоров; 4. Знание методики проведения деловой беседы; 5. Знание методики проведения презентаций; 6. Знание методики проведения публичных выступлений; 7. Компьютерные навыки (<i>Word, Power Point, Photo-shop, Internet</i>); 8. Знание принципов составления информационного сообщения	
Дополнительные знания (заполняются представителем администрации)	Уровень владения

3. Сведения о представителе администрации

Ф. И. О. _____

Должность _____

Контактный телефон _____

Личная подпись _____ Дата _____

Справка-отзыв о прохождении учебной практики

*(заполняет представитель администрации
образовательного учреждения, предприятия, организации)*

Студент

(Ф. И. О., группа) _____

1. Наименование образовательного учреждения _____

2. Время прохождения практики _____

3. Перечислите основные виды работ (заданий), выполненных практикан-
том:

4. Оценка профессиональной деятельности практиканта

Оцените, пожалуйста, профессиональные задачи, выполненные практикантом следующим образом:

в колонке «Квалификация» поставьте «++», если Вы считаете, что практикант в значительной степени освоил выполнение данной задачи; «+» – если данная задача находится на стадии освоения практикантом; «-» – выполнение данной задачи не было освоено.

Основные задачи	Квалификация (уровень владения)
1. Анализ информации об образовательном учреждении, предприятия, организации; 2. Подготовка сценария презентации направления профессиональной подготовки и кафедры; 3. Проведение презентации направления профессиональной подготовки и кафедры в образовательных учреждениях, на предприятиях, в организациях;	

4. Распространение информационно- реклам- ных материалов в образовательных учрежде- ниях, предприятиях, организациях; 5. Подготовка информационных материалов для сайта кафедры	
Дополнительные задачи	

5. Оценка уровня владения компетенциями

Компетенции бакалавра	Уровень овладения		
	базовый	продвинутый	лидерский
Общекультурные			
<ul style="list-style-type: none"> – владение культурой мышления, спо- собностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-5); – умение логически верно, аргу- ментировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-6); – готовность к кооперации с колле- гами, работе в коллективе (ОК-7); – стремление к личностному и профес- сиональному развитию (ОК-10); – сознание социальной значимости сво- ей будущей профессии, обладание высо- кой мотивацией к выполнению профес- сиональной деятельности (ОК-12); 			

<ul style="list-style-type: none"> – владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-17); – способность осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации (ОК-19) 			
Профессиональные в области организационно-управленческой деятельности			
способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-10)			
Профессиональные в области информационно-аналитической деятельности			
способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса (ПК-29)			

В таблицу вносятся компетенции, формируемые в результате прохождения учебной практики. Уровень овладения определяется по 5-балльной шкале (где 5 баллов – лидерский, 4 – продвинутый, 3 и менее – базовый) для каждой компетенции.

Затем подсчитывается среднее арифметическое для каждого блока компетенций.

6. Оцените деловые и личностные качества практиканта с помощью оценочной шкалы. Для этого обведите кружком соответствующую цифру оценки (для каждого качества только одну). Значения оценок:

3 – качество присуще практиканту в высокой степени;

2 – качество присуще практиканту;

1 – качество слабо выражено;

0 – качество не сформировано.

№ п/п	ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ КАЧЕСТВА	Уровень оценки							ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ КАЧЕСТВА
		3	2	1	0	1	2	3	
1	Общителен, коммуникабелен с учащимися								Необщителен, замкнут
2	Общителен, коммуникабелен								Необщителен, замкнут
3	Располагает к общению и взаимодействию								Отталкивает, неприятен
4	Обладает развитой речью								Косноязычен
5	Вежлив, тактичен, доброжелателен								Груб, нетактичен, враждебен
6	Эмоционально устойчив								Тревожен, эмоционально неустойчив
7	Организован								Неорганизован
8	Дисциплинирован								Недисциплинирован
9	Ответственен								Избегает ответственности
10	Способен вызвать интерес аудитории								Не способен вызвать интерес аудитории
11	Умеет убеждать								Не владеет приемами аргументирования
12	Творчески подходит к решению проблем								Не способен принимать нестандартные решения
13	Внешний вид: опрятен, представитель								Внешний вид не соответствует ситуации

7. Заключение (рекомендации, пожелания в адрес практиканта и кафедры по оптимизации практики)

8. Сведения о представителе администрации, выдавшем отзыв

Ф. И. О. _____ Должность _____

Личная подпись _____ Дата _____

Приложение 8

Лист наблюдения поведенческих и личностных особенностей респондентов

(учащиеся)

Наблюдаемые качества	Шкала выраженности качества			
	Высокий уровень	Средний уровень	Низкий уровень	Отсутствует
а) деловые качества				
– дисциплинированность				
– инициативность				
– целеустремленность				
б) индивидуально-психологические качества				
– мотивационная направленность				
– сформированность интересов (в т. ч. профессиональных)				
в) особенности интеллектуального развития				
– уровень общей культуры и осведомленности				
– развитость речи				
– умение формулировать вопросы				
г) поведенческие особенности				
– контактность				
– активное взаимодействие, в том числе активное слушание				

Приложение 9

Лист наблюдения поведенческих и личностных особенностей респондентов

(администрация образовательного учреждения,
предприятия, организации)

Наблюдаемые качества	Шкала выраженности качества			
	Высокий уровень	Средний уровень	Низкий уровень	Отсутствует
а) индивидуально-психологи- ческие качества				
– мотивационная направлен- ность на взаимодействие				
б) эмоциональная сфера				
– доброжелателен				
– контактен (охотно предостав- ляет информацию)				
– откровенен				
в) поведенческие особенности				
– активная направленность на взаимодействие				
– оказание активной помощи в организации презентации				
– направленность на активное взаимодействие с вузом				
– посещение презентационных мероприятий				
– выраженная ограниченная направленность при взаимо- действии (селективный отбор вузов)				
– внешние показатели эффек- тивности взаимодействия				
– демонстрация готовности к дальнейшему сотрудничеству				
– повторное приглашение				
– предложение о расширении зоны презентационных меро- приятий				

Приложение 10

Примерный перечень вопросов полустандартизированного интервью с администрацией образовательного учреждения

1. Количество классов в параллели старших классов (10–11)?
2. Наличие профильных классов в образовательном учреждении (какого профиля)?
3. Какие профориентационные мероприятия проводятся в школе?
4. Кто в основном проводит профориентационные мероприятия?
5. Приглашаются ли представители вузов на профориентационные мероприятия (каких вузов)?
6. Проявляют ли вузы самостоятельную инициативу при взаимодействии с образовательным учреждением (какие вузы)?
7. Имеется ли договор о сотрудничестве образовательного учреждения с вузами (какими вузами)?
8. Куда в основном поступают выпускники образовательного учреждения?
9. На какие специальности поступают ученики образовательного учреждения?
10. Совпадает ли профиль класса, в котором учился выпускник, с его дальнейшим профессиональным обучением?

Бланк-задание на прохождение производственной практики

(заполняет руководитель практики от предприятия (организации))

1. Общие сведения

<i>(фамилия, имя, отчество, группа практиканта)</i>
<i>(наименование предприятия (организации), адрес)</i>
<i>(должность практиканта)</i>
<i>(сроки начала / окончания практики)</i>

2. Характеристика профессиональной деятельности практиканта

2.1. Перечислите основные трудовые задачи, выполнение которых планируется поручить практиканту. Оцените, пожалуйста, эти задачи следующим образом:

в колонке «Объем времени» поставьте количество времени (в % от общего объема времени практики, ориентировочно), планируемое на выполнение данной задачи.

Основные задачи	Объем времени
1. Ознакомиться с деятельностью предприятия; 2. Ознакомиться с принципами организации предприятия как объекта управления, привести организационную структуру, определить тип, провести анализ; 3. Определить миссию и стратегические цели предприятия	

Специальные задачи	Объем времени
<ol style="list-style-type: none"> 1. Изучить и проанализировать функции управления предприятием; 2. Дать характеристику применяемым на практике методам управления; 3. Ознакомиться со стилем управления руководителей предприятия и отдельных его подразделений, оценить условия и эффективность его применения; 4. Дать оценку конъюнктуры рынка фирмы, соотношению спроса и предложения, тенденции развития конкуренции, параметров воздействия на сбыт; 5. Изучить виды и формы информации, используемой в управленческой деятельности, способы ее сбора и обработки, схему документооборота; 6. Оценить проектное управление в компании: какие проекты осуществляются (классификация по сферам деятельности, по масштабности, по продолжительности, по сложности, по уровню риска и т. д.); 7. Определить, на каком уровне находится проектное управление, поддерживает ли его руководство, есть ли проектно-ориентированные программные продукты; 8. Оценить уровень зрелости компании по управлению проектами; 9. Дать оценку эффективности управления предприятием и отдельных его подразделений; 10. Разработать рекомендации по совершенствованию системы управления предприятием в целом и отдельных его подразделений; 11. Разработать рекомендации по совершенствованию проектного управления в компании 	

Дополнительные задачи (заполняются руководителем практики в зависимости от требований предприятия (организации))	Объем времени

2.2. Перечислите основные профессиональные знания, необходимые практиканту для успешного прохождения практики (выполнения трудовых задач). Отметьте, пожалуйста, необходимые профессиональные знания следующим образом:

в колонке «Уровень владения» поставьте ++, если Вы считаете, что данными знаниями практикант должен владеть свободно в полном объеме, и + – владение на обзорном, ознакомительном уровне.

Основные знания	Уровень владения
1. Знание методологии и инструментария проектного управления; 2. Знание основных понятий и современных принципов работы с деловой информацией, а также владение представлением о корпоративных информационных системах и базах данных; 3. Знание критериев социальной ответственности при принятии управленческих решений; 4. Знание основных бизнес-процессов в организации; 5. Знание концепций менеджмента инновационных идей;	

6. Знание методики и инструментария маркетинговых исследований; 7. Знание принципов рациональной организации маркетинговой деятельности; 8. Знание принципов планирования товарной, ценовой, сбытовой коммуникационной политики; 9. Знание альтернативной маркетинговой стратегии организации; 10. Знание методики сегментирования; 11. Знание методики позиционирования; 12. Знание методов анализа конкуренции	
Дополнительные знания (заполняются руководителем практики в зависимости от требований предприятия (организации))	Уровень владения

3. Сведения о руководителе практики

Ф.И.О. _____

Должность _____

Контактный телефон _____

Личная подпись _____ Дата _____

Приложение 12

Справка-отзыв о прохождении преддипломной практики

(заполняет руководитель практики от предприятия (организации))

Студент

(Ф. И. О., группа) _____

1. Наименование предприятия (организации) _____

2. Время прохождения практики _____

3. Перечислите основные виды работ (заданий), выполненных практикантом:

4. Оценка профессиональной деятельности практиканта

Оцените, пожалуйста, профессиональные задачи, выполненные практикантом следующим образом:

в колонке «Квалификация» поставьте «++», если Вы считаете, что практикант в значительной степени освоил выполнение данной задачи; «+» – если данная задача находится на стадии освоения практикантом; «–» – выполнение данной задачи не было освоено.

Основные задачи	Квалификация
1) ознакомиться с деятельностью предприятия; 2) ознакомиться с принципами организации предприятия как объекта управления, привести организационную структуру, определить тип, провести анализ; 3) определить миссию и стратегические цели предприятия	

Специальные задачи	
<p>1) изучить и проанализировать функции управления предприятием;</p> <p>2) дать характеристику применяемым на практике методам управления;</p> <p>3) ознакомиться со стилем управления руководителями предприятия и отдельных его подразделений, оценить условия и эффективность его применения;</p> <p>4) дать оценку конъюнктуры рынка фирмы, соотношению спроса и предложения, тенденции развития конкуренции, параметров воздействия на сбыт;</p> <p>5) изучить виды и формы информации, используемой в управленческой деятельности, способы ее сбора и обработки, схему документооборота;</p> <p>6) оценить проектное управление в компании: какие проекты осуществляются (классификация по сферам деятельности, по масштабности, по продолжительности, по сложности, по уровню риска и т. д.);</p> <p>7) определить, на каком уровне находится проектное управление, поддерживает ли его руководство, есть ли проектно-ориентированные программные продукты;</p> <p>8) оценить уровень зрелости компании по управлению проектами;</p> <p>9) дать оценку эффективности управления предприятием и отдельных его подразделений;</p> <p>10) разработать рекомендации по совершенствованию системы управления предприятием в целом и отдельных его подразделений;</p> <p>11) разработать рекомендации по совершенствованию проектного управления в компании</p>	

Дополнительные задачи (заполняются руководителем практики в зависимости от требований предприятия (организации))	Квалификация

5. Оценка уровня овладения компетенциями

Компетенции бакалавра	Уровень овладения		
	базовый	продвинутый	лидерский
Общекультурные			
<ul style="list-style-type: none"> – владение культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-5); – умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-6); – готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-7); – стремление к личностному и профессиональному развитию (ОК-10); – сознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-12); – способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-13); 			

<ul style="list-style-type: none"> – владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК–17); – способность осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации (ОК–19) 			
Профессиональные в области организационно–управленческой деятельности			
<ul style="list-style-type: none"> – готовность участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента (ПК-15); – способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-10); – знание основ межкультурных отношений в менеджменте, способность эффективно выполнять свои функции в межкультурной среде (ПК-25) 			
Профессиональные в области информационно–аналитической деятельности			
<ul style="list-style-type: none"> – владение методами управления проектами и готовность к их реализации с использованием современного программного обеспечения (ПК-20); – способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса (ПК-29); – знание экономических основ поведения организаций, владение представлением о различных структурах рынков и способность проводить анализ конкурентной среды отрасли (ПК-30) 			

В таблицу вносятся компетенции, формируемые в результате прохождения управленческой практики. Уровень овладения определяется по 5–балльной шкале (где 5 баллов – лидерский, 4 – продвину-тый, 3 и менее – базовый) для каждой компетенции. Затем подсчиты-вается среднее арифметическое для каждого блока компетенций.

6. Оценка деловых и личностных качеств практиканта

Обведите кружком соответствующую цифру оценки (для каждо-го качества только одну). Значения оценок:

3 – качество присуще практиканту в высокой степени;

2 – качество присуще практиканту;

1 – качество слабо выражено;

0 – качество не сформировано.

№ п/п	ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ КАЧЕСТВА	Уровень оценки							ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ КАЧЕ- СТВА
1	Общителен, комму- никабелен с учащимися	3	2	1	0	1	2	3	Необщителен, замкнут
2	Общителен, комму- никабелен	3	2	1	0	1	2	3	Необщителен, замкнут
3	Располагает к общению и взаимодействию	3	2	1	0	1	2	3	Отталкивает, неприятен
4	Обладает развитой речью	3	2	1	0	1	2	3	Косноязычен
5	Вежлив, тактичен, доброжелателен	3	2	1	0	1	2	3	Груб, нетактичен, враждебен
6	Эмоционально устойчив	3	2	1	0	1	2	3	Тревожен, эмоционально не- устойчив
7	Организован	3	2	1	0	1	2	3	Неорганизован
8	Дисциплинирован	3	2	1	0	1	2	3	Недисциплинирован
9	Ответственен	3	2	1	0	1	2	3	Избегает ответственности
10	Способен вызвать интерес аудитории	3	2	1	0	1	2	3	Не способен вызвать интерес аудитории
11	Умеет убеждать	3	2	1	0	1	2	3	Не владеет приемами аргу- ментирования
12	Творчески подходит к решению проблем	3	2	1	0	1	2	3	Не способен принимать не- стандартные решения
13	Внешний вид: опрятен, представителен	3	2	1	0	1	2	3	Внешний вид не соответ- ствует ситуации

7. Заключение (рекомендации, пожелания в адрес практиканта и кафедры по оптимизации практики)

8. Сведения о представителе администрации, выдавшем отзыв

Ф. И. О. _____ Должность _____

Личная подпись _____ Дата _____

Бланк-задание на прохождение преддипломной практики

*(заполняется руководителями практики
от кафедры и предприятия (организации))*

1. Общие сведения

(фамилия, имя, отчество, группа практиканта)

(наименование предприятия (организации), адрес)

(должность практиканта)

(сроки начала / окончания практики)

2. Характеристика профессиональной деятельности практиканта

2.1. Перечислите основные трудовые задачи, выполнение которых планируется поручить практиканту. Оцените, пожалуйста, эти задачи следующим образом:

в колонке «Объем времени» поставьте количество времени (в % от общего объема времени практики, ориентировочно), планируемое на выполнение данной задачи.

Основные задачи	Объем времени
1) провести анализ деятельности предприятия (с использованием методик: – управленческого учета, – SWOT–анализа, – анализа рыночных возможностей, – анализа систем управления персоналом,	

<p>– анализа степени ориентированности на рынок);</p> <p>2) провести анализ конъюнктуры рынка (с использованием методик:</p> <p>– анализа конкуренции;</p> <p>– построения карты стратегических групп,</p> <p>– определения емкости рынка, темпов роста и насыщенности,</p> <p>– сегментирования и позиционирования);</p> <p>3) провести анализ проектного управления предприятия с оценкой уровня зрелости РМ</p>	
<p>Специальные задачи</p> <p>(заполняет руководитель практики от кафедры (руководитель дипломного проекта))</p>	
<p>Провести анализ деятельности предприятия с целью получения дополнительной информации для написания дипломного проекта.</p> <p>Рекомендуемые методики:</p> <p>– концепция «Почему?»;</p> <p>– построение дерева целей;</p> <p>– диаграмма Исикавы;</p> <p>– методика ТРИЗ;</p> <p>– модель организационной зрелости управления проектами (ОРМЗ – 5 уровней)</p>	
<p>Дополнительные задачи</p> <p>(заполняются руководителем практики в зависимости от требований предприятия (организации))</p>	

2.2. Перечислите основные профессиональные знания, необходимые практиканту для успешного прохождения практики (выполнения трудовых задач). Отметьте, пожалуйста, необходимые профессиональные знания следующим образом:

в колонке «Уровень владения» поставьте ++, если Вы считаете, что данными знаниями практикант должен владеть свободно в полном объеме, и + – владение на обзорном, ознакомительном уровне.

Основные знания	Уровень владения
Знание принципов, закономерностей и механизмов воздействия факторов внешней и внутренней среды на функционирование организации, анализ конкурентной среды и рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений с позиций корпоративной социальной ответственности	
Знание принципов, закономерностей и механизмов воздействия факторов на поведение потребителей, умение анализировать поведение потребителей экономических благ и формировать спрос	
Знание принципов и методов анализа операционной, финансовой и инвестиционной деятельности организации	
Знание принципов и методов продвижения товаров и услуг и реализации мероприятий по позиционированию предприятия	
Знание методов и программных средств сбора, анализа и обработки деловой информации и механизмов использования корпоративных информационных систем	
Знание особенностей функционирования, принципов и методов анализа и проектирования межличностных, групповых коммуникаций, осуществление взаимодействия с позиций профессиональных этических норм и стандартов	
Знание принципов и методов разработки маркетинговой стратегии организации и требования предъявляемые к ее осуществлению мероприятий, направленных на ее реализацию	
Знание принципов и методов принятия тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организации	

Знание принципов, критериев и методов оценки новых рыночных возможностей и механизма разработки бизнес-идеи	
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

3. Сведения о руководителе практики от предприятия

Ф.И.О. _____

Должность _____

Контактный телефон _____

Личная подпись _____ Дата _____

Справка-отзыв о прохождении преддипломной практики

(заполняет руководитель практики от предприятия (организации))

Студент

(Ф. И. О., группа) _____

1. Наименование предприятия (организации) _____

2. Время прохождения практики _____

3. Перечислите основные виды работ (заданий), выполненных практикантом:

4. Оценка профессиональной деятельности практиканта

Оцените, пожалуйста, профессиональные задачи, выполненные практикантом следующим образом:

в колонке «Квалификация» поставьте «++», если Вы считаете, что практикант в значительной степени освоил выполнение данной задачи; «+» – если данная задача находится на стадии освоения практикантом; «–» – выполнение данной задачи не было освоено.

Основные задачи	Квалификация
1) провести анализ деятельности предприятия (с использованием методик: – управленческого учета, – SWOT-анализа, – анализа рыночных возможностей, – анализа систем управления персоналом, – анализа степени ориентированности на рынок); 2) провести анализ конъюнктуры рынка (с использованием методик: – анализа конкуренции; – построения карты стратегических групп,	

– определения емкости рынка, темпов роста и насыщенности, – сегментирования и позиционирования); 3) провести анализ проектного управления предприятия с оценкой уровня зрелости РМ	
Специальные и дополнительные задачи	

5. Оценка результатов обучения

Результат обучения бакалавра	Уровень овладения		
	базовый	продвинутый	лидерский
РО 1 – владеть экономическим образом мышления и методологией управления проектами			
РО 2 – работать с инструментальными средствами системы маркетинговых коммуникаций с целью формирования взаимоотношений предприятия с целевыми аудиториями			
РО 3 – планировать и анализировать операционную, финансовую и инвестиционную деятельность организаций			
РО 4 – участвовать в разработке и анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений, учитывая аспекты корпоративной социальной ответственности			
РО 5 – владеть методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организаций и оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений			

РО 6 – участвовать в управлении человеческими ресурсами проекта, используя основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач с позиций профессионально–этических норм и стандартов			
РО 7 – выявлять степень воздействия факторов внешней и внутренней среды на функционирование организации, собирать и обрабатывать деловую информацию			
РО 8 – анализировать рыночные и специфические риски для принятия управленческих решений			
РО 9 – моделировать бизнес-процессы на основе методов реинжиниринга бизнес–процессов, в том числе с использованием профессиональных программ			
РО 10 – находить и оценивать новые рыночные возможности и разрабатывать бизнес-идею			

В таблицу вносятся результаты прохождения преддипломной практики. Уровень овладения определяется по 5-балльной шкале (где 5 баллов – лидерский, 4 – продвинутый, 3 и менее – базовый) для каждого результата обучения.

6. Оценка деловых и личностных качеств практиканта

Обведите кружком соответствующую цифру оценки (для каждого качества только одну). Значения оценок:

3 – качество присуще практиканту в высокой степени;

2 – качество присуще практиканту;

1 – качество слабо выражено;

0 – качество не сформировано.

№ п/п	ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ КАЧЕСТВА	Уровень оценки							ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ КАЧЕСТВА
		3	2	1	0	1	2	3	
1	Общителен, коммуникабелен с учащимися								Необщителен, замкнут
2	Общителен, коммуникабелен								Необщителен, замкнут
3	Располагает к общению и взаимодействию								Отталкивает, неприятен

4	Обладает развитой речью	3	2	1	0	1	2	3	Косноязычен
5	Вежлив, тактичен, доброжелателен	3	2	1	0	1	2	3	Груб, нетактичен, враждебен
6	Эмоционально устойчив	3	2	1	0	1	2	3	Тревожен, эмоционально неустойчив
7	Организован	3	2	1	0	1	2	3	Неорганизован
8	Дисциплинирован	3	2	1	0	1	2	3	Недисциплинирован
9	Ответственен	3	2	1	0	1	2	3	Избегает ответственности
10	Способен вызвать интерес аудитории	3	2	1	0	1	2	3	Не способен вызвать интерес аудитории
11	Умеет убеждать	3	2	1	0	1	2	3	Не владеет приемами аргументирования
12	Творчески подходит к решению проблем	3	2	1	0	1	2	3	Не способен принимать нестандартные решения
13	Внешний вид: опрятен, представитель	3	2	1	0	1	2	3	Внешний вид не соответствует ситуации

7. Заключение (рекомендации, пожелания в адрес практиканта и кафедры по оптимизации практики)

Сведения о руководителе практики от предприятия:

Ф. И. О. _____ Должность _____

Личная подпись _____ Дата _____

Рекомендации по ведению телефонного разговора

1. Подготовьтесь к разговору. Не действуйте импульсивно – не хватайтесь за трубку, как только возникнет мысль позвонить. Убедитесь в целесообразности и необходимости звонка. Четко определите цель разговора. Продумайте содержание беседы. При необходимости зафиксируйте перечень вопросов на бумаге. Вспомните про другие вопросы, которые могут быть заданы тому же лицу. Предусмотрите возможную реакцию собеседника на вашу информацию.

2. Говорите лаконично. Разговор продолжительностью более 5–6 минут должен стать исключением в вашей практике. Для экономии времени придерживайтесь следующей рациональной композиции телефонного разговора:

- взаимные представления (полминуты);
- введение собеседника в курс дела, информирование о цели звонка (до минуты);
- обсуждение обстоятельств, существа дела, достижение цели разговора (2–4 минуты). Один из приемов экономии времени с вашей стороны – «закрытые» вопросы, предполагающие односложные («да», «нет», «не знаю») ответы собеседника;
- завершение разговора, прощание (полминуты).

Старайтесь не допускать отклонения собеседника от темы разговора, тактично возвращайте его к цели вашего звонка.

3. Начинайте разговор с представления себя и своей организации – и тогда, когда звоните вы, и тогда, когда звонят вам. Если ваш собеседник не представился сам, при необходимости вполне уместно вежливо поинтересоваться, с кем вы разговариваете. Это удобнее сделать или в начале, или в конце беседы.

4. Старайтесь слушать собеседника, не перебивать его. В то же время долго не молчите и подтверждайте ваше участие в беседе краткими нейтральными репликами. Иначе у вашего собеседника может возникнуть опасение, что прервалась связь. Если же действительно произошло разъединение, соблюдайте правило: перезванивает тот, кто звонил.

5. Разговаривайте по телефону на том же уровне громкости, что при очной беседе. Громкая речь по телефону часто менее разборчива,

поскольку параметры микрофона и телефона выбраны с расчетом на обычный, средний уровень громкости. Не начинайте кричать, если вам плохо слышно собеседника: вполне возможно, что он слышит вас хорошо.

6. Если вам звонят во время вашего разговора с посетителем (сотрудником), ваши действия могут быть следующими:

можно попросить позвонившего немного подождать, не вешая трубку (если ваш очный разговор близок к завершению и вам звонит младший по возрасту или должности);

можно попросить перезвонить через несколько минут;

можно записать его телефон и перезвонить в удобное для вас обоим время.

7. Держите рядом с телефоном ручку и бумагу. Чтобы не упускать важные детали разговора, приучите себя делать пометки либо по ходу разговора, либо сразу после его окончания.

8. Инициатива окончания разговора принадлежит либо позвонившему, либо старшему из говорящих.

9. Попробуйте понаблюдать за говорящими по телефону, проанализировать их разговоры с точки зрения краткости, тактичности, результативности. Очень полезно записать на магнитофон, а затем прослушать несколько своих обычных телефонных разговоров.

Рекомендации по подготовке публичного выступления

Стержневая идея

Любое публичное выступление должно иметь стержневую идею (основной тезис), которую необходимо ясно сформулировать перед аудиторией с самого начала. Когда слушатели знают цель выступающих, это усиливает их внимание к докладу.

Стержневая идея имеет большое значение и для самого выступающего, являясь связующим звеном для отдельных положений его речи.

Выступление может иметь несколько стержневых идей, но желательно, чтобы их было не более трех.

Сформулировать основной тезис – значит ответить на два вопроса: «зачем говорить?» (это вопрос о цели выступления) и «о чем говорить?» (это вопрос о средствах достижения цели, или, другими словами, о системе посылок и умозаключений).

К основному тезису выступления предъявляются следующие требования:

- фраза должна утверждать главную мысль и соответствовать цели выступления;
- суждение должно быть кратким, ясным, легко удерживаться в кратковременной памяти;
- мысль должна пониматься однозначно, не заключать в себе противоречия.

Структура выступления

Классическая композиция выступления включает три части: вступление, основную часть, заключение. Рекомендуются следующее примерное распределение времени: на вступление – 10–15 %, на основную часть – 60–65 %, на заключение – 20–30 % всего времени выступления.

Успех выступления в значительной степени зависит от вступления. Нередко оно больше всего запоминается слушателям, и поэтому первые фразы должны быть тщательно подготовлены и отработаны. Вступление должно включать объяснение цели, название доклада и расшифровку подзаголовка с целью точного определения содержания доклада. Необходимо четко сформулировать стержневую идею.

Содержание основной части – всестороннее обоснование, раскрытие основного тезиса. Существуют различные варианты построения системы аргументации, защиты основной мысли. Вот некоторые из них:

- проблемное изложение (формулирование темы как проблемы: выявление и анализ противоречий, путей их разрешения);
- хронологическое изложение;
- изложение от причин к следствиям;
- индуктивное изложение (от частного к общему);
- дедуктивное изложение (от общего к частному).

В заключении можно повторить стержневую идею и главные мысли основной части. Однако основное содержание заключения – это те выводы, которые следуют из цели и основных идей выступления.

Учет особенностей аудитории

При подготовке публичного выступления необходимо выполнить по меньшей мере три требования:

- учесть интеллектуальный уровень слушателей;
- пробудить и поддержать интерес к теме;
- учесть количество слушателей; общее правило таково: чем больше слушателей, тем более простым, доходчивым должно быть выступление (отказ от специальной и иноязычной терминологии, построение речи короткими предложениями т. д.).

Объем выступления

Не старайтесь передать слишком много информации в ограниченное время. Превышение лимита времени или перескакивание с одного на другое в процессе выступления могут непоправимо испортить его. Очень трудно использовать в выступлении весь имеющийся материал, поэтому он должен быть отобран исходя из степени убедительности. Об остальном можно только упомянуть и предложить желающим ознакомиться после доклада.

План выступления

Готовясь к выступлению, некоторые заранее пишут свою речь; однако, выступая, довольно трудно точно воспроизвести написанные слова: устная речь значительно отличается от письменной. Устное выступление всегда выигрывает (за редким исключением) по сравнению с прочитанной по бумажке речью. План выступления с

записанными ключевыми фразами и словами – достаточная опора для вашей памяти.

Репетиция

Очень важно уметь видеть и слышать себя со стороны. Помочь докладчику в этом может магнитофонная запись выступления во время репетиции. Особенно отчетливо недостатки видны, если прослушивание происходит спустя несколько дней после репетиции. Известные ораторы тратили много времени на подготовку своих речей. Блестящие экспромты на деле нередко являются удачными домашними заготовками. Полезно хотя бы проговорить выступление перед кем-нибудь из близких.

Наглядный материал

«Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать» – это утверждение справедливо и для выступлений. К тому же, как считают психологи, человек запоминает в среднем 10 % того, что слышит, и 50 % того, что видит. Для облегчения усвоения слушателями излагаемого материала желательно использовать диаграммы, рисунки, схемы, графики. Наглядный материал является, кроме того, как бы «скелетом» выступления, помогая докладчику не сбиваться с порядка изложения. Однако плохо подготовленный наглядный материал будет только раздражать слушателей и мешать выступающему (например, если плакат написан мелким шрифтом и его трудно прочесть).

Рекомендации по созданию благоприятного впечатления

Данные рекомендации направлены на проявление положительных качеств и намерений человека при взаимодействии с окружающими. Рекомендуемые стратегии поведения соотносятся с своеобразием личности и с конкретной жизненной ситуацией.

1. Действуйте естественно. Стремясь произвести хорошее впечатление, человек может позабыть о первой заповеди общения «Будь самим собой». Наиболее благоприятное впечатление мы обычно производим, когда ведем себя естественно.

2. Показывайте Ваше лучшее «я». В сознании человек не един, в нем как бы несколько «я», которые иногда мирно уживаются, а иногда вступают в конфликт. Постарайтесь демонстрировать людям те свойства, которые присущи вашему лучшему «я». Оно, кстати говоря, ближе всего к вашей истинной сути. Это поможет вам не только преуспеть в отношениях с другими людьми, но и справиться со своими недостатками, как внешними, так и внутренними. Улыбка, открытость, искренность – не стесняйтесь демонстрировать эти «орудия успеха».

3. Проявляйте интерес к другим. Не стесняйтесь показать интерес к другому человеку – это один из лучших способов произвести хорошее впечатление. Конечно, искренний интерес! Будьте внимательны к собеседнику. Займите такое положение, чтобы быть с ним лицом к лицу. Не избегайте смотреть ему прямо в глаза.

4. Будьте хорошим слушателем. Помните, что люди намного больше интересуются своими собственными идеями, опытом, чем жизнью других. Быть хорошим собеседником – значит, прежде всего, уметь слушать, усваивая мысли и реакции партнера.

5. Подчеркивайте моменты общности. Как известно, нас привлекает в других единство взглядов, общие интересы, схожие судьбы. Поэтому беседу хорошо построить на фундаменте общности. Это отнюдь не значит, что вы не должны оставаться самим собой. Просто чтобы достичь первичного взаимопонимания с другими, вам нужно сперва поговорить об общем и лишь затем перейти к тому, что может оказаться различным. Вероятно, именно поэтому и принято говорить сначала о погоде или пустяках. На этой территории вряд ли

возникнут конфликты. Пусть это не очень интересно – зато безопасно, и можно спокойно двигаться дальше, если есть желание.

6. Выражайте искреннее одобрение. За редким исключением, люди любят одобрение своих идей и поступков, поэтому искренняя похвала способствует хорошему впечатлению. Одобрение или комплимент, кстати говоря, естественно вытекают из нашего стремления найти объединяющие моменты. Не упускайте возможности сказать человеку приятное.

Необходимо, помнить о двух условиях. Первое – похвала непременно должна быть искренней, в противном случае она станет лестью, которая, как правило, производит отрицательное впечатление. Второе условие: комплимент не должен преследовать очевидную цель. Иначе Ваша похвала вполне закономерно будет сочтена фальшивой, и реакция на нее будет соответствующей.

Текст презентации кафедры и направлений профессиональной подготовки

Кафедра маркетинга – выпускающая кафедра Департамента менеджмента Высшей школы экономики и менеджмента Уральского федерального университета им. первого Президента России Б. Н. Ельцина – УрФУ.

Кафедра маркетинга УрФУ была основана в 1994 году доктором экономических наук, профессором Юрием Эткингом. Она стала своего рода «первопроходцем» в области управления проектами (Project management): здесь впервые в России начали готовить специалистов этого профиля.

Кафедра является коллективным членом трех ассоциаций управления проектами – Американской, Западно–Европейской и Российской (Совнет). Стандарты проектного менеджера, принятые этими ассоциациями, самые передовые исследования отечественных специалистов, а также собственные разработки кафедры в области управления проектами составляют основу концепции подготовки студентов и учебных планов.

Уже 15 лет, с 1998 года, кафедру маркетинга возглавляет профессор, доктор экономических наук, член Американской Ассоциации маркетинга и Международной Ассоциации управления проектами (IPMA) Ирина Васильевна Котляревская. Под ее руководством на кафедре в 2001 году открылся второй профиль подготовки – «Маркетинг». Кафедра является членом американской ассоциации маркетологов, развивает творческие контакты с учеными–маркетологами нашей страны и при подготовке специалистов опирается на изучение опыта работы наших и зарубежных коллег.

Результаты проведенных кафедрой исследований показали, что студенты зачастую не связывают напрямую получаемое ими образование с будущей профессиональной деятельностью, либо преследуют не связанные с получением знаний цели. Большинство студентов получает высшее образование ради наличия диплома, в то время как сам процесс учебы для них не является определяющим.

Осознанный профессиональный выбор учебного заведения сегодня как никогда актуален. Обучение на престижной кафедре в уникальном, развивающемся учебном заведении, хорошее трудоустрой-

ство, стабильный доход и карьерный рост – мечта и выпускников, и их родителей.

В 2012–2013 учебном году департамент Менеджмента Высшей школы экономики и менеджмента Уральского федерального университета объявляет набор на образовательную программу бакалавриата по направлению «Менеджмент», профили подготовки «Управление проектами» и «Маркетинг».

Немного подробнее об этих профилях.

Управление проектами

Менеджер проектов – наиболее востребованная специальность в любой области мировой экономики.

Любое действие, которое требует затрат энергетических, денежных, временных, материальных или же людских ресурсов, является полноценным проектом, требующим четкого планирования и жесткого контроля исполнения и конечных результатов.

Создание модели детской игрушки, постройка нового детского сада, производство нового самолета, танка или подводной лодки – все это область деятельности управляющего проектами.

Разработка новых рынков, выведение и продвижение на уже существующих рынках нового товара или бренда, разработка и внедрение в производство новых технологических решений, реструктуризация или создание нового подразделения компании – вот лишь малая часть областей, где активно действует менеджер управления проектами.

Деятельность менеджера в этой области предполагает непрерывный поиск новых идей, реализация которых позволяет добиться значительных результатов и повысить прибыльность и рентабельность любой организации. Кроме владения методами и средствами управления рыночными и внутрифирменными изменениями, т. е. проектами, специалист–менеджер изучает примеры и методологию управления финансами, персоналом, риском, инвестициями.

Маркетинг

По мнению Игоря Манна, лучшие топ–менеджеры получают из маркетологов, потому что они понимают и чувствуют рынок.

С одной стороны маркетинг – это философия бизнеса, такой подход к ведению дел, когда в основе любого управленческого решения лежат требования рынка.

С другой стороны, маркетинг – это «чемоданчик» с инструментами для ведения бизнеса. В профессиональной деятельности маркетолог определяет требуемый ассортимент товаров, разрабатывает ценовую политику компании, проводит маркетинговые исследования (сбор, обработку и анализ информации для принятия управленческих решений), контролирует проведение рекламных кампаний фирмы, его деятельность направлена на то, чтобы повысить потребительскую ценность товаров и услуг компании, привлечь потребителей.

Иными словами, маркетинг – это управленческая деятельность, направленная на изучение и удовлетворение запросов клиентов компании средствами более эффективными, чем у конкурентов.

Подготовка менеджера предполагает свободное владение рыночными приемами маркетинга, рекламы, управления инновационными процессами, качеством и контрактами проекта. Обширные знания в области маркетинга позволяют специалисту исследовать рынок и определить среднесрочные и срочные перспективы фирмы.

Студенты принимают активное участие в исследованиях, проводимыми кафедрой. Вот некоторые из них:

- Исследование степени удовлетворенности работодателей компетенциями выпускников УГТУ–УПИ;
- Исследование степени удовлетворенности студентов качеством оказываемых образовательных услуг в УГТУ–УПИ;
- Маркетинговый аудит образовательных услуг, оказываемых в государственных вузах города Екатеринбурга;
- Маркетинговый аудит образовательных учреждений ВПО города Екатеринбурга и Свердловской области;
- Исследование социального имиджа ГОУ ВПО «УГТУ–УПИ»;
- Tempus Tacis совместно с СПбГУ (г. Санкт–Петербург);
- Грант CITI GROUP;
- «Сеть мастерства» NoE совместно с ГУ ВШЭ (г. Москва);
- Целевое маркетинговое исследование для многопрофильной корпорации «Томек»;
- Экспертиза отчета о маркетинговом исследовании для УФНС России по Свердловской области;
- Коучинг ООО «Уралопторг», Торгово–промышленной палаты г. Екатеринбурга.

За 20 лет своей работы кафедра маркетинга по двум специальностям выпустила более 1500 специалистов. И среди всех этих выпускников вряд ли найдется безработный. Бывшие студенты, которые когда-то старательно «грызли гранит науки» и бесконечно бродили по библиотекам и краям бездонной паутины Интернет в поисках знаний, не обделены вниманием со стороны потенциального работодателя и являются очень востребованными на рынке труда.

Знания и навыки, которые получают выпускники кафедры, позволяют им работать в финансовой, консалтинговой, страховой, промышленной сферах, в сфере здравоохранения (маркетинг лекарственных препаратов, медицинской техники) и банковского дела, недвижимости и рекламы.

Наши выпускники работают в различных городах и странах:

- Франция;
- Нидерланды;
- Китай (Шанхай);
- Соединенные Штаты;
- Россия:
 - Москва;
 - Санкт–Петербург;
 - Нягань;
 - Ханты-Мансийск и др.

На предприятиях различных отраслей:

1. Банки:

- УБРиР;
- Банк24.ru;
- Сбербанк;
- Северная казна;

2. Энергетика:

- ОАО «ТГК–9»;
- ОАО «Свердловэнергообл».

3. Консалтинг:

- Активные формы;
- Технологии управления;
- Бизнес–Технологии;
- Консалтинг–Пром.

4. Крупные российские и мировые компании:

- Уралгипромет;
- Уралэнергочермет;
- Джонсон&Джонсон;
- СТКС;
- Уральский Шинный Завод;
- УралФрансАвто;
- Уральские Авиалинии;
- Дистрибуторская компания OCS.

Условия поступления

Прием для выпускников школ проводится на основании результатов ЕГЭ по русскому языку, математике, обществознанию; для выпускников техникумов и колледжей по профилю – по результатам собеседования.

Получить подробную информацию можно по телефонам:

- | | | |
|-----------------|---|-------------------------|
| 8–800–100–50–44 | – | контакт–центр УрФУ |
| 375–44–74 | – | приемная комиссия УрФУ; |
| 375–93–22 | – | кафедра маркетинга. |

Учебное издание

Котляревская Ирина Васильевна
Илышева Марина Анатольевна
Одинцова Наталья Федоровна

ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ПРАКТИК

Редактор *В. О. Корионова*

Компьютерная верстка *Е. В. Суховой*

Подписано в печать 27.01.2014. Формат 60×90 1/16.
Бумага писчая. Плоская печать. Усл. печ. л. 5,75.
Уч.-изд. л. 4,9. Тираж 200 экз. Заказ № 85.

Издательство Уральского университета
Редакционно-издательский отдел ИПЦ УрФУ
620049, Екатеринбург, ул. С. Ковалевской, 5
Тел.: 8(343)375-48-25, 375-46-85, 374-19-41
E-mail: rio@urfu.ru

Отпечатано в Издательско-полиграфическом центре УрФУ
620075, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4
Тел.: 8(343) 350-56-64, 350-90-13
Факс: 8(343) 358-93-06
E-mail: press-urfu@mail.ru

